

LAPORAN AKHIR PENELITIAN
SKIM PRODUK TERAPAN



STRUKTUR PASAR DAN KEBERLANJUTAN INDUSTRI
BROILER DI SUMATERA BARAT

OLEH:

ENDRIZAL RIDWAN, SE, MEc, PhD (NIDN 0027097204)
DR. FITRIMAWATI, Spt, MSi (NIDN 0007117208)
Dra. LELI SUMARNI, MS, MSi (NIDN 0004126201)

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2017

**HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN PRODUK TERAPAN**

Judul Penelitian : **Struktur Pasar Dan Keberlanjutan Industri Broiler Di Sumatera Barat**

Kode>Nama Rumpun Ilmu : **Ekonomi**

Ketua Peneliti:

a. Nama Lengkap : Endrizal Ridwan, SE, MEc, PhD
 b. NIDN : 0027097204
 c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
 d. Program Studi : Ilmu Ekonomi
 e. Nomor HP : +62-82260649569
 f. Alamat surel (e-mail) : e.ridwan@fekon.unand.ac.id

Anggota Peneliti (1)

a. Nama Lengkap : Dra. Leli Sumarni, MS, MSi
 b. NIDN : 0004126201
 c. Perguruan Tinggi : Fakultas Ekonomi Unand

Anggota Peneliti (2)

a. Nama Lengkap : DR. Fitriyawati, SPt, MSi
 b. NIDN : 0007117208
 c. Perguruan Tinggi : Fakultas Peternakan Universitas Andalas

Lama Penelitian : Satu tahun
Biaya Penelitian : Rp 30.798.000
Biaya diusulkan ke : BOPTN Universitas Andalas

Padang, 27 Nopember 2017

Ketua Tim Pengusul,



Endrizal Ridwan, SE, Mec, PhD
 NIP . 197209271998021001



IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Judul Penelitian : Struktur Pasar dan Keberlanjutan Industri Broiler di Sumatera Barat
2. Tim Peneliti :

No.	Nama	Jabatan	Bidang keahlian	Instansi asal	Alokasi Waktu
1.	Endrizal Ridwan, PhD	Ketua	Public Economic	Fak Ekonomi	8
2.	Dra. Leli Sumarni, MS, MSi	Anggota	Economic	Fak. Ekonomi	8
3.	DR. Fitrimawati, SPt, MSi	Anggota	Ekonomi Peternakan	Fak Peternakan	8

3. Objek Penelitian : Perusahaan Peternakan Broiler baik Mandiri mahupun Kemitraan
4. Masa Pelaksanaan
 Mulai : Juni 2017
 Berakhir : Mei 2018
5. Usulan Biaya : Rp 30.798.000,-.
6. Lokasi Penelitian : Sumatera Barat.
7. Instansi lain yang terlibat: BPS dan Dinas Peternakan Sumataera Barat
8. Temuan yang ditargetkan:
 Temuan yang ditargetkan adalah bentuk struktur pasar broiler, prilaku pasar, kinerja perusahaan serta hambatan masuk ke industri ini. Berdasarkan hasil ini akan didapatkan permasalahan dalam pengembangan indutri broiler sehingga dapat dirumuskan model keberlanjutan industri broiler yang dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi peternak broiler di Sumatera Barat.
9. Kontribusi mendasar pada suatu bidang ilmu: Berkontribusi dalam bidang ilmu Ekonomi Mikro khususnya struktur pasar industri pangan hewani asal ternak.
10. Jurnal ilmiah yang menjadi sasaran: Agricultural Economic-Rusia Publising Company
11. Rencana luaran :
1. Jurnal internasional (2018)
 2. Prosiding di seminar internasional (2018)
 3. Hak cipta (2018)
 4. Terbitan artikel di media (2018)

DAFTAR ISI

RINGKASAN	6
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	7
1.2. Permasalahan Penelitian	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Urgensi Penelitian	10
1.5. Temuan yang ditargetkan	11
1.6. Luaran dan Rencana Target Capaian	11
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. . Struktur-Perilaku-Kinerja Pasar	12
2.2.1 Struktur Pasar.....	12
2.2.2. Prilaku Industri	13
2.2.3. Kinerja Industri	14
2.2. Dampak Oligopoli Kepada Pembangunan Peternakan Dan Kesejahteraan Masyarakat	15
2.3. Peta Jalan Penelitian.....	16.
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Data, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	18
3.2. Lokasi Penelitian	18
3.3. Metode Penentuan Populasi dan Responden	18
3.4. Teknis Pengolahan Data dan Analisis Data	19
3.4.1. Analisis Struktur Pasar (<i>Market Structure</i>)	19
3.4.2. Perilaku Pasar (<i>Market Conduct</i>)	23
3.4.3. Kinerja Pasar (<i>Market Performance</i>)	24

3.4.4. Analisis Hubungan antara Struktur-Perilaku-Kinerja Pasar dengan Pembangunan Industri Broiler dan Kesejahteraan Peternak	26
3.5. Bagan Alir Penelitian	
3.6. Luaran Penelitian	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Industri Broiler di Sumatera Barat	32
4.2. Struktur Pasar Industri Broiler Di Sumatera Barat	35
4.3. Pangsa Pasar (<i>Market Share</i>) Perusahaan di Industri Broiler Di Sumatera Barat	37
4.4. Konsentrasi Pasar dari Perusahaan di Industri Broiler di Sumatera Barat	37
4.5. Hambatan Masuk Pasar di Industri Broiler di Sumatera Barat	40
4.6. Perilaku Pasar Perusahaan di Industri Broiler di Sumatera Barat	42
4.7. Kinerja Pasar (<i>Market Performance</i>)	45
4.8. Analisis Hubungan antara Struktur-Perilaku-Kinerja Pasar dengan Pembangunan Industri Broiler dan Kesejahteraan Peternak	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	51
5.2. Saran dan Implikasi Kebijakan	52
REFERENSI	

RINGKASAN

Indonesia berkomitmen untuk mewujudkan kedaulatan dan ketahanan pangan nasional demi kesejahteraan dan kesetaraan hidup masyarakat serta kemakmuran negara. Pangan asal ternak seperti daging sapi, daging ayam, serta telur sangat strategis perannya dalam mewujudkan kedaulatan pangan. Broiler sebagai produk pangan asal hewani sangat diminat masyarakat untuk mengkonsumsinya. Namun seiring dengan itu terjadi juga peningkatan terhadap bisnis peternakan ayam broiler. Pertumbuhan yang cepat dalam bisnis broiler jauh lebih dinikmati oleh perusahaan-perusahaan multinasional berskala besar. Akibatnya persaingan tidak sempurna lagi dan peternak mandiri banyak yang gulung tikar. Oleh itu diperlukan sebuah penelitian yang mendalam yang bertujuan untuk menganalisis struktur pasar dan prospek pembangunan industri broiler serta dampaknya terhadap ketahanan pangan dan kesejahteraan peternak di Sumatera Barat.

Penelitian ini akan dilakukan dalam satu tahun. Tujuan khusus penelitian ini adalah menganalisis struktur pasar pada industri broiler di Sumatera Barat, menganalisis perilaku perusahaan pada industri broiler di Sumatera Barat, menganalisis kinerja perusahaan pada industri broiler di Sumatera Barat dan menganalisis dampak hubungan antara struktur pasar, perilaku, dan kinerja perusahaan dalam industri broiler terhadap pembangunan industri broiler dan kesejahteraan peternak broiler di Sumatera Barat.

Populasi dari penelitian ini adalah peternak broiler di Sumatera Barat. Jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebanyak 230 perusahaan broiler terdiri dari perusahaan besar dan perusahaan mandiri. Jenis data dari penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang diperoleh dari perusahaan dan BPS serta Dinas Peternakan. Data Primer berupa skala likert diperoleh melalui metode survei menggunakan kuesioner. Data akan dianalisis menggunakan metode *struktur-conduct-performance* (SCP). Untuk menganalisis hubungan antara struktur pasar, perilaku, kinerja dan dampaknya terhadap pembangunan industri broiler dan kesejahteraan peternak broiler di Sumatera Barat maka metode yang digunakan adalah metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Data penelitian diolah menggunakan software AMOS, dan SPSS

Penelitian ini telah membuktikan bahwa struktur pasar industri broiler di Sumatera Barat adalah oligopoli dimana peternak rakyat melakukan merger dengan perusahaan besar sebagai pencipta oligopoli. Perilaku usaha tergolong kurang kreatif karena pasar telah dijamin oleh peternak inti. Usaha kemitraan ini memberikan kinerja yang positif dan namun pencapaian kinerjanya termasuk kategori cukup. Hasil ini dibuktikan dari uji statistik menggunakan SEM-PLS bahwa struktur pasar usaha broiler kemitraan berpengaruh positif kepada perilaku pasar, dan perilaku berpengaruh positif kepada kinerja pasar. Kinerja pasar ternyata berpengaruh positif kepada keberlanjutan pembangunan industri broiler dan peningkatan terhadap kesejahteraan peternak. Dapat disimpulkan bahwa pola inti plasma telah memberikan perkembangan terhadap bisnis broiler di Sumatera Barat dan telah berperan besar atas terwujudnya ketahanan pangan di Sumatera Barat.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor peternakan memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. Sektor ini memberikan kontribusi kepada pendapatan petani sehingga memiliki dampak positif terhadap ketahanan pangan dan pengurangan kemiskinan terutama di daerah pedesaan. Salah satu industri peternakan yang perkembangan sangat pesat adalah industri perunggasan khususnya industri ayam broiler. Bisnis peternakan broiler adalah salah satu bisnis peternakan yang mengalami pertumbuhan yang cepat sekarang ini. Ayam broiler atau yang disebut juga *ayam ras pedaging* adalah jenis ras unggulan hasil persilangan dari bangsa-bangsa ayam yang memiliki daya produktivitas tinggi dalam memproduksi daging ayam dan mempunyai masa panen yang amat singkat yaitu hanya membutuhkan waktu sekitar 35 hari saja serta tidak memerlukan lahan yang luas. Siklus produksi yang pendek inilah menjadi daya tarik bagi peternak karena perputaran modalnya relatif lebih cepat. Modal yang telah dikeluarkan akan cepat kembali sehingga keuntungan akan cepat didapatkan. Oleh karena itu bisnis ini dapat memberikan keuntungan yang besar kepada peternak.

Kebutuhan masyarakat terhadap daging broiler dari tahun ke tahun terus meningkat. Saat ini, daging ayam merupakan daging favorit karena hampir semua orang Indonesia suka makan daging ayam. Budaya masyarakat Indonesia yang menganggap daging masih merupakan menu spesial terutama pada momen lebaran, natal, dan tahun baru. Selain itu jumlah penduduk yang banyak dan terus bertambah setiap tahunnya di Indonesia dan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya mengkonsumsi pangan bergizi menyebabkan permintaan terhadap daging ayam terus meningkat setiap tahunnya.

Seiring dengan meningkatnya minat masyarakat untuk mengkonsumsi daging broiler, terjadi juga peningkatan terhadap bisnis peternakan ayam broiler. Oleh itu berbisnis ayam broiler merupakan peluang yang sangat bagus untuk dikembangkan.

Tetapi sangat disayangkan animo peternak untuk berbisnis komoditi ini tidak disertai dengan kestabilan keuntungan yang dapat diraih oleh peternak, sehingga seringkali kita dengar banyak peternak yang gulung tikar. Hal ini disebabkan oleh tingginya tingkat resiko yang dihadapi dalam berbisnis ayam broiler seperti resiko fluktuasi harga, baik harga-harga *input* seperti DOC, pakan dan obat-obatan maupun fluktuasi harga jual *output* berupa ayam hidup dan daging.

1.2. Permasalahan Penelitian

Pertumbuhan yang cepat dalam bisnis broiler jauh lebih dinikmati oleh perusahaan-perusahaan multinasional berskala besar. Didorong oleh keuntungan yang besar, perusahaan semakin mendominasi sektor agribisnis diseluruh rantai produksi dan pemasaran mulai dari hulu sampai hilir. Akibatnya persaingan tidak sempurna lagi dan peternak mandiri banyak yang gulung tikar.

Berdasarkan berita dari harian Singgalang bulan Februari 2015, sekitar 100 peternak ayam pedaging di Sumatera Barat yang tergabung dalam Asosiasi Perhimpunan Peternak Ayam Pedaging Minangkabau (APPAPM) Sumatera Barat menggelar aksi demo pada hari Rabu tanggal 18 Februari 2015. Dalam aksi demo itu mereka menyampaikan bahwa banyak peternak mandiri yang gulung tikar. Dulunya peternak ada 100 persen, sekarang hanya tinggal 7 persen. Menurut mereka hal ini terjadi disebabkan perusahaan-perusahaan melakukan fluktuasi harga yang dapat merugikan peternak mandiri.

Fakta ini didukung oleh Fitriani (2014) berdasarkan data yang ia peroleh dari Survei Tahunan Industri Perunggasan yang dikumpulkan oleh Badan Pusat Statistik. Dari data olahan ia memperoleh bahwa delapan propinsi yang di survei, Sumatera Barat memiliki tingkat kosentrasi (75,75 persen), integrasi vertikal, efisiensi biaya, produktifitas tenaga kerja, tingkat keuntungan dan kekuatan pasar serta harga yang tertinggi diantara delapan propinsi yang di survei.

Berdasarkan teori, apabila kosentrasi industri mencapai 40 persen yang dikuasai oleh empat perusahaan maka dikategorikan oligopoli. Semakin tinggi tingkat kosentrasi pasar mengakibatkan semakin tinggi hambatan masuk pasar pada industri tersebut. Tingginya tingkat kosentrasi ini didukung oleh tingginya integrasi vertikal

(16,32) dalam industri broiler di Sumatera Barat. Berdasarkan dari data ini terlihat bahwa integrasi vertikal telah menyebabkan efisiensi biaya tinggi di Sumatera Barat. Hal ini menyebabkan perusahaan yang bermain di industri ini mempunyai tingkat keuntungan yang besar. Apalagi didukung oleh tingkat produktivitas tenaga kerja yang tinggi di Sumatera Barat. Namun faktanya, yang memperoleh keuntungan besar adalah perusahaan-perusahaan besar sedangkan peternak mandiri menghentikan usahanya. Ini adalah sebuah fakta yang mencengangkan dan sangat di sayangkan. Fenomena ini diperparah lagi dengan fakta bahwa harga daging broiler tertinggi di Sumatera Barat. Ini adalah sebuah fenomena yang kontraversi dimana efisiensi biaya dan tingkat produktivitas tenaga kerja adalah tinggi di Sumatera Barat sedangkan harga broiler tertinggi di dibandingkan dengan delapan daerah yang di survei. Oleh itu sangat diperlukan sekali penelitian yang mendalam dalam industri broiler di Sumatera Barat.

Tabel 1. Perbandingan Masing-Masing Komponen Struktur, Perilaku dan Kinerja di Industri Broiler (2009-2011) secara deskriptif

Indikator	Terendah	Tertinggi
Jumlah perusahaan di industri	Sumatera Utara	Jawa Barat
Produksi daging ayam broiler	Sulawesi Selatan	Jawa Barat
Konsumsi daging ayam broiler	Sumatera Barat	Jawa Barat
Hambatan masuk pasar	Jawa Timur	Jawa Tengah
Harga daging ayam broiler	Sumatera Utara	Sumatera Barat
Konsentrasi industri (CR-4)	Jawa Timur	Sulawesi Selatan
Integrasi vertikal	Sumatera Utara	Sumatera Barat
Efisiensi biaya	Sumatera Utara	Sumatera Barat
Produktivitas tenaga kerja	Banten	Sumatera Barat
Tingkat keuntungan	Sumatera Utara	Kaltim, Sumbar
Kekuatan pasar	Sumatera Utara	Sumatera Barat

Sumber : BPS, 2011, diolah

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas maka kami dapat merumuskan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

Tujuan umum : Menganalisis tantangan dan prospek dan dampak pembangunan industri broiler serta dampaknya terhadap ketahanan pangan dan kesejahteraan peternak di Sumatera Barat

Tujuan khususnya:

Tahun I:

1. Menganalisis struktur pasar pada industri broiler di Sumatera Barat
2. Menganalisis perilaku perusahaan pada industri broiler di Sumatera Barat
3. Menganalisis kinerja perusahaan pada industri broiler di Sumatera Barat
4. Menganalisis hubungan antara struktur pasar, perilaku, kinerja dan dampaknya terhadap pembangunan industri broiler dan kesejahteraan peternak broiler di Sumatera Barat

1.4. Urgensi penelitian.

Penelitian pembangunan peternakan broiler berbasis tantangan dan persaingan dengan perusahaan yang terintegrasi dari *input*, *output* sampai ke pemasaran bahkan dari hulu sampai ke hilir sangat jarang dilakukan baik di dalam negeri maupun di luar negeri terutama dengan metode *Structur Conduct Performance* (SCP). Di dalam negeri melalui jurnal *on line* saya hanya menemukan hasil penelitian Fitriani *et al.* (2014) mengenai *Impact on Increasing Concentration in Indonesian Broiler Industry*. Dalam penelitian ini dia hanya menggunakan satu variabel SCP saja yaitu melihat konsentrasi pasar. Penelitian tentang SCP pernah dilakukan di Malaysia oleh Mohamed *et al* (2013) tentang *Measuring Competition Along The Supply Chain Of The Malaysian Poultry Industry*. Mereka menggunakan metode ini bukan pada industri broiler tetapi pada ayam ras petelur. Penelitian tentang fenomena yang berkaitan dengan *Structur Conduct Performance* (SCP) perusahaan di industri ayam broiler di Sumatera Barat diharapkan memberikan kontribusi dalam perkembangan

ilmu ekonomi mikro terutama tentang struktur pasar dari produk pangan hewani. Hal ini disebabkan karena *Structur Conduct Performance* perusahaan di Sumatera Barat terjadi kontradiktif dengan teori yang ada.

Keutamaan kedua dari penelitian ini adalah penelitian akan melihat hubungan diantara struktur pasar (*structur*), perilaku pasar (*conduct*) dan kinerja (*peformance*) perusahaan kepada pembangunan peternakan dan kesejahteraan peternak. Pada penelitian ini kami dapat melihat hubungan itu secara intermediasi diantara variabel SCP kepada pembangunan peternakan dan kesejahteraan peternak karena menggunakan metode *Strctural Equation Modeling* (SEM). Metode ini dapat melihat hubungan *intervening* antara variabel sekaligus. Metode regresi tidak dapat melihat hubungan variabel *intervening* sekali jalan. Inilah kebaruan dan kelebihan dari penelitian ini. Jarang sekali ditemui model penelitian ini dari hasil penelitian terdahulu. Kemudian Canan Dan Turhan melakukan penelitian di Turki tentang *The evaluation of the Turkish broiler industry: the degree of market power*. Ia hanya menggunakan variabel kekuatan pasar dari metode SCP.

1.5. Temuan Yang Ditargetkan

Pertama, dari hasil penelitian ini akan ditemukan permasalahan apa yang ada dalam industri broiler selama ini. Hasil ini akan didapatkan dari kajian struktur pasar (*structur*), perilaku pasar (*conduct*) dan kinerja (*peformance*) perusahaan dalam indutri broiler. *Kedua*, dengan meneliti pengaruh struktur pasar (*structur*), perilaku pasar (*conduct*) dan kinerja (*peformance*) perusahaan dalam industri ini terhadap pembangunan peternakan broiler dan kesejahteraan peternak maka ditemukan tantangan dan kekuatan dalam pembangunan peternakan broiler dan peningkatan kesejahteraan peternak itu sendiri. Dari tantangan dan kekuatan yang ditemukan maka dapat dirumuskan strategi keberlanjutan pembangunan industri broiler untuk masa yang akan datang dan tercipta proses bisnis broiler yang berpihak kepada peternak rakyat serta dapat meningkatkan kesejahteraan peternak. Hal ini dapat mengatasi masalah ekonomi makro di Indonesia khususnya Sumatera Barat yaitu terciptanya lapangan kerja dan menurunnya tingkat pengangguran di Sumatera Barat dari sub sektor peternakan.

1.6. Luaran Dan Rencana Target Capaian

No .	Jenis Luaran		Tahun 1
1.	Publikasi Ilmiah	Internasional	<i>Published</i>
2.	Pemakalah dalam pertemuan ilmiah	Internasional	Sudah dilaksanakan
3.	<i>Keynote speaker</i> dalam pertemuan ilmiah	Nasional	Sudah dilaksanakan
4.	Model dan Rekayasa Sosial		Produk
5	Hak Kekayaan Intelektual		Dicatatkan

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Struktur-Perilaku-Kinerja Pasar

Struktur-Conduct-Kinerja (SCP) adalah salah satu pendekatan struktural yang berasal dari analisis neoklasik persaingan pasar. Awalnya digunakan oleh pemerintah AS dalam kerajinan peraturan antitrust (Shaik, et. al, 2009). Kerangka SCP diadopsi secara luas untuk mengevaluasi industri kompetitif dengan menyelidiki struktur industri berhubungan dengan perilaku perusahaan (perilaku) dan kinerja (Umar Mu'azu, 2013). Analisis S-C-P mulai dengan tiga aspek, struktur pasar, perilaku pasar dan kinerja pasar, yang timbal balik saling mempengaruhi (Xinhong et al. 2003).

2.1.1. Struktur Pasar

Struktur pasar didefinisikan sebagai jumlah penjual dan pembeli serta besarnya pangsa pasar (*market share*) yang ditentukan oleh adanya diferensiasi produk, serta dipengaruhi oleh keluar masuknya pendatang atau pesaing. Sementara menurut Jaya (2001), struktur pasar menunjukkan atribut pasar yang mempengaruhi sifat proses persaingan. Sebuah pasar dikatakan terkonsentrasi jika ada beberapa jumlah perusahaan dalam produksi atau ada distribusi yang tidak merata dari pangsa pasar. Konsentrasi rendah dari industri menunjukkan kekuatan pasar kurang dimiliki oleh perusahaan-perusahaan terkemuka.

Konsentrasi mengindikasikan derajat tingkat *market power*. Kekuatan pasar adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mempengaruhi dengan kuat kuantitas dan harga di pasar. *Market power* muncul jika *market share* mencapai 15 persen dan jika mencapai 25-30 persen, derajat monopoli dapat menjadi lebih signifikan, serta *market share* yang lebih dari 40-50 persen biasanya memberikan *market power* yang lebih besar. (Sheperd, 1997). *Market power* dapat berubah tergantung *market share*-nya. Dimana *market share* berhubungan positif dengan profitabilitas (Suvanichwong, 1977 dalam Sayaka, 2003). Konsentrasi mengindikasikan derajat tingkat *market power*.

Shepherd (1992) menyatakan pangsa pasar yang mencapai 100 persen termasuk dalam monopoli murni, jika satu perusahaan mempunyai pangsa pasar lebih dari 40 persen dan tidak mempunyai pesaing yang berarti termasuk dalam perusahaan dominan. Jika pangsa pasar mencapai lebih dari 60 persen termasuk dalam oligopoli ketat. Semakin besar pangsa pasar maka semakin besar pula hak monopoli bagi perusahaan yang bersangkutan. Derajat kekuatan pasar pada umumnya akan muncul ketika pangsa pasar mencapai 15 persen, pada tingkatan yang lebih tinggi yaitu 25-30 persen derajat monopoli menjadi signifikan, dan pada tingkat 50-60 persen biasanya perusahaan mempunyai kekuatan pasar yang sangat besar.

Konsentrasi sering digunakan sebagai ukuran tingkat persaingan. Konsentrasi juga sering dipakai sebagai alat analisis struktur pasar, perilaku dan kinerja perusahaan yang beroperasi di dalamnya dan secara tidak langsung menjadi indikator perilaku anti persaingan atau kolusi (Satriawan dan Wigati, 2002). Geroski (1991) mengungkapkan bahwa pesaing baru dalam industri atau pasar akan mengurangi konsentrasi pasar apabila ukuran perusahaan tersebut relatif sama besar dengan ukuran perusahaan-perusahaan yang ada di industri atau pasar tersebut. Keluarnya perusahaan dari suatu industri atau pasar akan meningkatkan konsentrasi apabila ukuran perusahaan yang keluar relatif kecil dari perusahaan-perusahaan yang beroperasi dalam industri tersebut. Bird (1999) menyatakan hipotesis konsentrasi-kolusi bahwa industri dengan jumlah perusahaan sedikit dan rasio konsentrasi empat perusahaan (CR_4 , merupakan pangsa pasar empat perusahaan terbesar) di atas 75 persen mempunyai masalah dengan persaingan dibanding industri dengan jumlah perusahaan yang lebih banyak dan konsentrasi dibawah 50 persen.

Menurut Asian Development Bank (2001) *barrier to entry* dapat didefenisikan sebagai setiap bentuk karakteristik pasar yang menghambat pendatang (*entrant*) baru untuk bersaing atas dasar yang sama dengan perusahaan yang sudah ada. Dalam defenisi ini, kombinasi biaya yang hilang (*sunk cost*) dan skala ekonomi dapat menjadi *barrier to entry*. Sedangkan Besanko *et al.* (1996) menyatakan bahwa *entry* dapat didefenisikan sebagai masuknya suatu produk baru jasa baru yang ditawarkan oleh perusahaan telah atau baru beroperasi ke Dalam Suatu Pasar Atau Industri.

2.1.2. Perilaku Industri

Perilaku merupakan tindakan apa yang perusahaan lakukan dengan harga produk, tingkat produksi, produk, promosi dan variabel kunci lainnya. Perilaku dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu harga dan non harga. Kategori non harga termasuk iklan, kemasan, kualitas produk dan sebagainya (Greer, 1992). Perilaku pasar merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu. Scherer (1990) menyatakan terdapat tiga kriteria untuk melihat perilaku industri yaitu strategi harga, kondisi *entry* dan tipe produk. Perilaku strategis perusahaan hanya ada pada pasar oligopoli. Perilaku industri dapat dilihat pada strategis perusahaan dalam menentukan jumlah dominasi output, penentuan harga, advertensi, pemilihan teknologi, kegiatan dalam pasar dan juga dalam kebijakan produk. Perilaku perusahaan-perusahaan juga mengenal adanya integrasi vertikal, merger. Integrasi vertikal dapat menimbulkan ekonomisasi dan berdampak anti persaingan. Merger vertikal dan peraturan vertikal dalam pasar termasuk pemeliharaan harga penjualan kembali yang merupakan isu persaingan. Alasan-alasan untuk melakukan integrasi vertikal dan merger antara lain adalah untuk meningkatkan pangsa pasar, pertumbuhan, mendapatkan laba yang lebih tinggi, efisiensi dan juga untuk mengurangi ketidakpastian usaha. Integrasi dan konglomerasi termasuk dalam kegiatan merger (Hasibuan, 1994).

Perilaku pasar, di sisi lain adalah perilaku aktual dari pembeli dan penjual di pasar. Ini termasuk harga kebijakan, kegiatan untuk meningkatkan hambatan masuk dan menyewa mencari kegiatan untuk membangun regulasi untuk membatasi persaingan. Pengiklanan Intensitas (ADV) dapat digunakan sebagai proxy untuk perilaku pasar (Dorfman & Steiner, 1954; Needham, 1978). Pasar tidak mengiklankan sama, baik mutlak atau relatif. Untuk bersaing di beberapa industri membutuhkan investasi besar dalam periklanan, sementara keberhasilan dalam industri lain memerlukan hampir tidak setiap media iklan (Willis & Rogers, 1998). iklan intensif terkait dengan diferensiasi produk yang sukses dan itu akan mendirikan penghalang untuk entri yang seharusnya konduktif untuk konsentrasi yang lebih besar. Menurut Resende (2006), dalam kasus ini dari peran persuasif dari iklan, hambatan dengan entri memainkan peran sentral dalam memungkinkan kekuatan pasar seperti yang

terkait dengan loyalitas merek. Iklan menciptakan lebih kuat preferensi untuk merek mapan dan ruang untuk dominasi pasar lebih kuat (dan konsentrasi) dan oleh karena itu untuk latihan kekuatan pasar. Iklan mempengaruhi karakteristik struktural dan kinerja suatu industri.

2.1.3. Kinerja Industri

Kinerja merupakan hasil kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri di mana ada umumnya terlihat melalui tingkat keuntungan atau besarnya penguasaan pasar, dan efisiensi. Tingkat keuntungan (*Profitability*) dengan persaingan perusahaan hanya diperbolehkan untuk mendapatkan tingkat pengembalian di atas normal. Keuntungan monopoli adalah keuntungan yang terdapat di atas keuntungan normal, sehingga mendorong perusahaan untuk meningkatkan kekuatan pasar. Semakin dekat harga dengan biaya marginal, maka akan semakin baik kinerja suatu perusahaan. Keberadaan dan kuatnya keuntungan ekonomi tergantung pada struktur pasar di industri yang kompetitif terdiri dari perusahaan yang identik dengan bebas masuk, harga sama dengan biaya marjinal jangka pendek, keuntungan jangka pendek, SR, yang positif atau negatif, dan keuntungan jangka panjang, LR adalah nol. Bahkan jika perusahaan sebagai *price taker* (persaingan), keuntungan setiap perusahaan sama dengan nol dalam jangka panjang hanya jika setiap perusahaan memiliki akses yang sama terhadap teknologi dan input yang sama.

Jika beberapa perusahaan memiliki biaya yang lebih rendah daripada yang lain, keuntungan mereka tidak akan terkikis sepenuhnya oleh *entry*. *Free entry* menjamin hanya itu keuntungan perusahaan yang paling menguntungkan untuk masuk (perusahaan marjinal) sama dengan nol dalam jangka panjang (Carlton dan Perloff, 2000).

2.2. DAMPAK OLIGOPOLI KEPADA PEMBANGUNAN PETERNAKAN DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

Konsentrasi industri dapat mempengaruhi surplus produsen dengan cara berikut. Pertama, di pasar output, perusahaan pengolahan ayam pedaging bisa memiliki kekuatan oligopoli yang lebih tinggi untuk mengisi harga yang lebih tinggi kepada konsumen. Kedua, di pasar input, perusahaan pengolahan ayam pedaging bisa

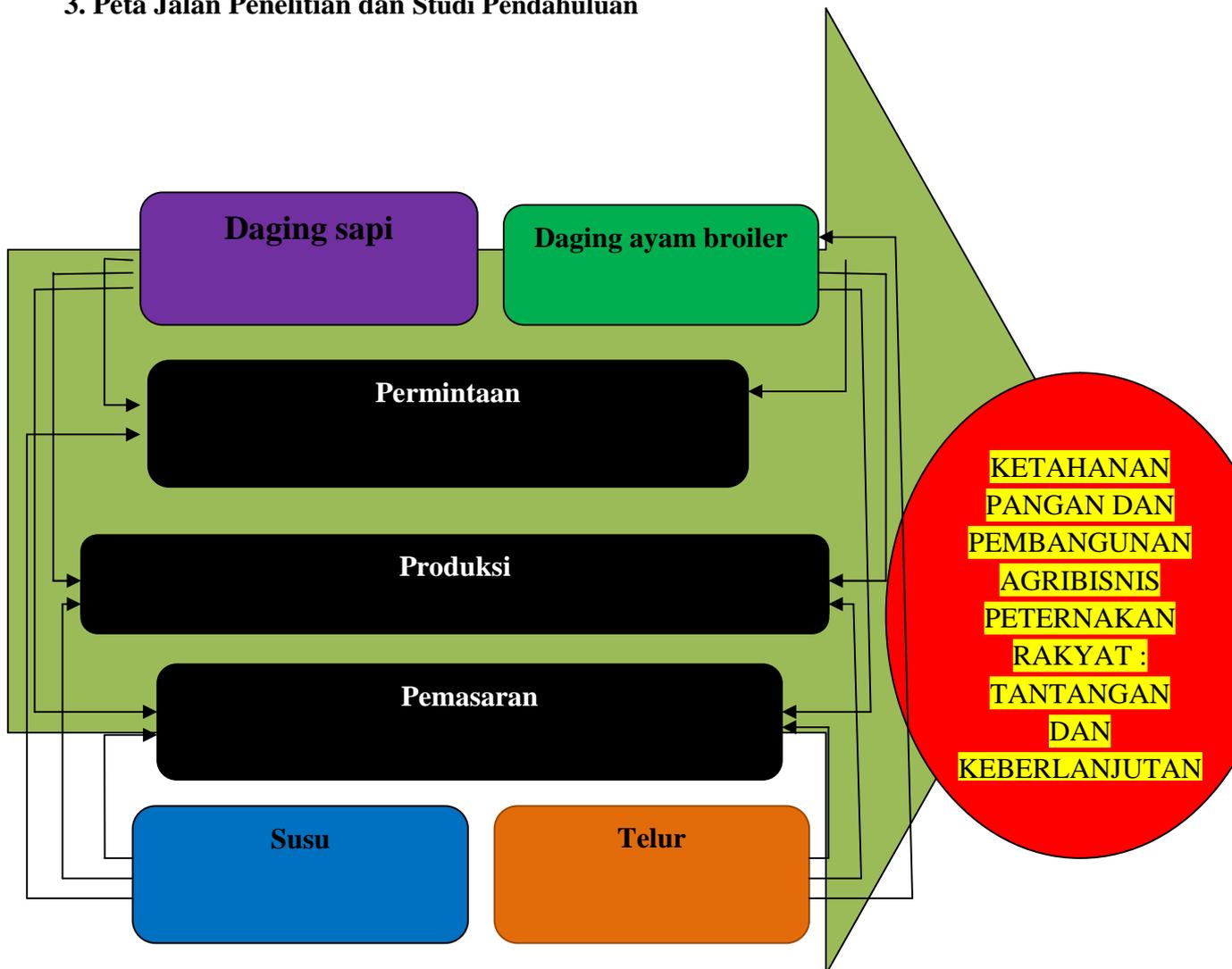
memiliki kekuatan oligopsoni yang lebih tinggi untuk mendapatkan ayam hidup dengan harga yang lebih rendah, yang mana, kompensasi rendah untuk material. Ketiga, perusahaan besar akan memiliki insentif yang lebih tinggi dan lebih banyak dana untuk penelitian dan pengembangan dalam perbaikan teknologi yang berpotensi menurunkan biaya marjinal (Weng, 2012). Fokus eksklusif pada kerugian kesejahteraan dari persaingan tidak sempurna telah melahirkan beberapa penelitian di dalam pasar pengadaan dan prakteknya di industri pengolahan makanan. Sejumlah studi telah meneliti kemungkinan teoritis bahwa kerugian kesejahteraan jangka pendek dengan meningkatnya konsentrasi dapat diimbangi oleh keuntungan kesejahteraan jangka panjang (Scherer, 1999; Whitley, 2001). Alasan klasik untuk pengaruh konsentrasi adalah teori "*creative destruction*" Schumpeter yang menunjukkan bahwa pasar yang kompetitif sangat cocok untuk alokasi sumber daya jangka pendek, tetapi perusahaan besar di pasar yang terkonsentrasi adalah sumber jangka panjang dari ekspansi output. Yaitu, keuntungan tambahan dari menaikkan harga di atas biaya marjinal sebagai sumber daya untuk inovasi (Gopinath *et al*, 2002). Namun, menurut catatan Cohen dan Levin (1989), konsentrasi pasar merupakan salah satu inovasi, sementara yang lain seperti struktur permintaan, peluang teknologi dan kondisi kesesuaian samasama penting.

Efek produktivitas adalah positif dan menunjukkan signifikan dari meningkatnya konsentrasi (Gopinath *et al*, 2002). Kesejahteraan total dapat meningkat ketika kenaikan konsentrasi yang disertai dengan pertumbuhan produktivitas. Mengingat kemungkinan meningkatnya output dan harga yang lebih rendah sebagai akibat dari peningkatan konsentrasi, surplus konsumen dapat meningkat dalam *second best welfare* nya. yaitu, konsumen lebih baik dari sebelumnya meskipun mereka masih jauh dari ekuilibrium kompetitif sebenarnya berkaitan dengan kesejahteraan produsen, pendapatan dan harga bervariasi berbanding terbalik mengingat sifat inelastis dari permintaan. Namun, jelas mereka tidak akan menggunakan produk atau memulai proses inovasi kecuali menguntungkan.

Hubungan produktivitas-konsentrasi industri secara spesifik diatas tunduk pada masalah *endogeneity* dan problem spesifikasi. Pertama terdapat kasus kausalitas terbalik (*reverse causality*), sebagai contoh inovasi mempengaruhi *price-cost margin*. Beberapa peneliti tidak setuju dengan ini. Misalnya, Baldwin dan Scott (1987), mengulang Schumpeter, yang berpendapat bahwa inovasi skala besar mungkin tidak

menarik kecuali semacam asuransi tersedia untuk pengusaha potensial. Yaitu, asuransi terhadap kegagalan inovasi adalah kemampuan untuk terlibat dalam strategi harga dengan demikian kekuatan monopoli dalam pasar produk yang ada mungkin menjadi prasyarat untuk inovasi. Kedua, semua pertumbuhan produktivitas tidak diperhitungkan oleh konsentrasi.

3. Peta Jalan Penelitian dan Studi Pendahuluan



Pengusul berasal dari bidang Ilmu Ekonomi dan bidang Pembangunan dan Bisnis Peternakan. Kami memfokuskan kajian pada ekonomi dan bisnis peternakan khususnya permintaan dan penawaran terhadap pangan hewani (daging, telur dan susu serta produk olahannya) sebagai bagian produk ketahanan pangan. Permintaan dan penawaran produk pangan hewani sangat besar dan diproyeksikan akan meningkat

sangat cepat selama periode tahun 2005–2020 mendatang khususnya di negara-negara sedang berkembang. Indonesia termasuk negara yang sedang berkembang dengan jumlah penduduk sekitar 212 juta jiwa dengan laju pertumbuhan rata-rata 1,5% pertahun serta meningkatkan pendapatan perkapita sekitar 3% pertahun. Dari jumlah penduduk tersebut tentunya membutuhkan pangan hewani yang cukup besar dan diproyeksikan meningkat sangat cepat di masa mendatang. Peningkatan kesejahteraan masyarakat dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya protein hewani, juga ikut mendorong meningkatnya permintaan terhadap pangan hewani (Badan Ketahanan Pangan, 2015). Untuk menciptakan ketahanan pangan diperlukan penelitian yang mendalam dan komprehensif. Oleh itu kami tim penelitian merancang target penelitian jangka panjang yaitu ketahanan pangan dan pembangunan peternakan rakyat: tantangan dan keberlanjutannya.

Penelitian awal pernah dilakukan oleh anggota tim peneliti kami Fitriawati (2002) tentang rencana pembangunan peternakan broiler di Sumatera Barat. Sekarang tahun 2017 bersama tim peneliti, kami akan melanjutkan pencapaian target road map di komoditi daging broiler dengan melakukan penelitian dengan judul Struktur Pasar dan Keberlanjutan Industri Broiler di Sumatera Barat.

Penelitian tentang komoditi daging broiler tidak selesai sampai disini, namun masih banyak permasalahan yang akan diteliti untuk tahun berikutnya seperti tentang ketidakpastian harga dan resiko berbisnis ayam broiler yang menjadi problematik para peternak mandiri khususnya dan juga peternakan kemitraan. Ke depan kami akan meneliti lebih dalam tentang aspek produksi dan pemasaran peternakan mandiri dan kemitraan dengan sistem kontrak (*contract farming*). Sebenarnya permasalahan tidak saja dialami peternak mandiri namun peternak rakyat dengan sistem kemitraan juga mengalami banyak masalah. Di akhir penelitian, semoga kami dapat menyelesaikan permasalahan yang dialami peternak broiler rakyat dan tercipta peternakan broiler yang berkelanjutan di Indonesia khususnya Sumatera Barat sehingga dapat menjadi solusi pengurangan kemiskinan di pedesaan.

BAB 3.

METODE PENELITIAN

3.1. Data Dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini adalah: jumlah pemain dalam pasar, output atau *value added* aset perusahaan, penjualan perusahaan, skala ekonomi, jumlah perusahaan terbesar, jumlah total seluruh perusahaan yang berada pada industri, output perusahaan terbesar, output perusahaan total, diferensiasi, diversifikasi, intensitas penelitian dan pengembangan, sunk cost, integrasi vertikal, kebijakan harga, penciptaan kelebihan kapasitas, strategi bahan baku, *Image* dari loyalitas merk, strategi penguasaan produk, rasio iklan terhadap penjualan pada periode tertentu, pengeluaran iklan perusahaan, rasio iklan terhadap penjualan pada periode tertentu, pengeluaran iklan perusahaan, total penjualan, upah total, barang yang dihasil, nilai tambah industri, nilai input industri, total asset, laba bersih, pajak atas laba. Data diperoleh dari data perusahaan (data sekunder) dan data hasil survei kepada perusahaan (data primer menggunakan skala likert).

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan di Sumatera Barat. Penentuan Sumatera Barat sebagai daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Alasan Sumatera Barat dijadikan sebagai unit penelitian karena di Sumatera Barat terdapat fenomena pembangunan peternak broiler mandiri yang semakin menurun, harga yang tinggi dibandingkan daerah lain sedangkan efisiensi biaya dan upah tenaga kerja sangat tinggi namun integrasi usaha yang sangat tinggi juga. Hal ini sangat menarik dikaji karena jarang kita temui secara umum pada daerah lain di Indonesia. Penelitian akan dilakukan di Minangkabau yaitu di seluruh kabupaten kota/ kabupaten di Sumatera Barat.

3.3. Metode Penentuan Populasi Dan Responden

Oleh karena tidak ada catatan jumlah peternak broiler mandiri dan kemitraan di Sumatera Barat dikarenakan belum ada sensus tentang ini maka untuk

menentukan jumlah responden digunakan metode *Simple Random Sampling* atas dasar non statistik (*Nonstatistical Aspects*). Metode ini digunakan apabila sampel yang ditentukan untuk menguji hipotesis secara empirik (Al Rasyid,1993).

Berdasarkan hasil penghitungan maka responden (n) diperoleh sebanyak 230. Responden akan ditentukan secara acak pada lokasi penelitian. Berdasarkan Sekaran (2000) jumlah sampel 200 telah memenuhi kecukupan data bagi kebanyakan penelitian. Jumlah responden sebesar ini juga sudah memenuhi syarat metode Structural Equation Modeling. Jumlah sampel minimum yang digunakan dalam SEM adalah 200 (Kline,1988 dan Hoelter, 1983).

3.4. Metode Analisis Data

3.4.1. Analisis Struktur Pasar (*Market Structure*)

Untuk menganalisis struktur pasar terdapat lima elemen utama yang perlu dilakukan yaitu:

a. Pangsa Pasar

Setiap perusahaan mempunyai pangsa pasar yang berbeda-beda yaitu berkisar antara 0 hingga 100 persen dari total penjualan seluruh pasar. Pangsa pasar menggambarkan keuntungan yang diperoleh perusahaan dari hasil penjualannya.

$$MS_i = \frac{S_i}{S_{total}} \quad (3.1)$$

Dimana :

MS_i = Pangsa pasar perusahaan i (%)

S_i = Penjualan perusahaan i

S_{total} = Penjualan total seluruh perusahaan

b. Konsentrasi Industri

Tingkat konsentrasi dapat dihitung dengan dua cara yaitu *Concentration Ratio* (CR) dan *Indeks Hirschman–Herfindahl* (HHI). Dimana CR menggambarkan struktur pasar sedangkan penggunaan HHI untuk mengetahui industri broiler berada pada struktur pasar yang bagaimana berdasarkan interval indeksinya.

- Rasio Konsentrasi (CR)

Rasio konsentrasi merupakan persentase dari total output industri atau pendapatan penjualan. Rasio konsentrasi sejumlah perusahaan besar mengukur pangsa relatif dari total output industri yang dipertanggungjawabkan oleh perusahaan-perusahaan itu

$$CR_m = \sum_{i=1}^m MS_i \quad (3.2)$$

Semakin besar angka persentasenya (mendekati 100 persen) berarti semakin besar konsentrasi industri dari produk tersebut. Jika rasio konsentrasi suatu industri mencapai 100 persen berarti bentuk pasarnya adalah monopoli.

- *Indeks Hirschman – Herfindahl* (HHI)

Pengukuran ini didasarkan pada jumlah total dan distribusi ukuran dari perusahaan-perusahaan dalam industri. Dihitung dengan penjumlahan kuadrat pangsa pasar semua perusahaan dalam suatu industri.

$$HHI = \sum_{i=1}^m MS_i^2 \quad (3.3)$$

Dimana pada persamaan (3.2) dan (3.3):

CR_m = Rasio konsentrasi sebanyak m perusahaan (%)

HHI = Indeks Hirschman – Herfindahl

MS_i = Pangsa pasar perusahaan ke-i (%)

m = Jumlah perusahaan terbesar

n = Jumlah total seluruh perusahaan yang berada pada industri

HHI akan mempunyai nilai 1 jika suatu perusahaan menguasai penjualan industri 100 persen. HHI mempunyai nilai $1/n$ jika masing-masing perusahaan dalam industri mempunyai jumlah penjualan yang sama.

Tabel 2. Klasifikasi dari Rasio Kosentrasi dan Indek HHI dalam Struktur Pasar

Struktur pasar			
Rasio Kosentrasi	Tipe Struktur Pasar	Indek HHI	Tipe Struktur pasar
75-100	Kosentrasi tinggi	$HHI < 1000$	Terkosentrasi
50-75	Kosentrasi sedang	$1000 < HHI < 1800$	Kosentrasi sedang
25-50	Kosentrasi rendah	$HHI > 1800$	Kosentrasi tinggi
0-25	Terpecah		

Sumber: Joe Bain, (1956) Classification

c. Hambatan Masuk Pasar

Hambatan masuk pasar dapat disebabkan oleh adanya persaingan bisnis dalam suatu industri. Masih adanya perusahaan yang berperan secara dominan menyebabkan peluang pasar perusahaan yang lain semakin kecil karena dikuasainya sebagian besar pangsa pasar serta adanya perang harga antara para produsen menyebabkan terjadinya persaingan yang tidak sehat. Seberapa besar hambatan masuk pasar oleh sebuah perusahaan yang potensial dalam industri broiler di Sumatera Barat. Untuk mengetahui hal tersebut salah satu cara yang digunakan untuk melihat hambatan masuk adalah dengan mengukur skala ekonomis yang diketahui melalui output perusahaan yang menguasai pasar lebih dari 50 persen. Nilai output tersebut kemudian dibagi dengan output total industri. Data ini disebut sebagai *Minimum Efficiency Scale* (MES).

MES = Output Perusahaan Terbesar

Ouput Perusahaan Total

Selanjutnya untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya hambatan masuk pasar pada indutri broiler di Sumatera Barat dapat dianalisis dengan model Logit. Model Logit digunakan pada penelitian ini karena variabel tergantung adalah bersifat kualitatif dan terdiri dari katagori yang bersifat binari. Pada penelitian ini, variabel dependen adalah hambatan masuk pasar (*barry to entry*) yang bersifat katagori yaitu apakah perusahaan potensial mengalami hambatan tinggi atau hambatan rendah masuk ke pasar dalam indutri broiler.

Persamaan berikut adalah model Logit untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi hambatan masuk pasar dalam indutri broiler:

$$Z_i = \ln) = \theta_0 + \beta_1 X_{mod} + \beta_2 X_{ska} + \beta_3 X_{difer} + \beta_4 X_{diver} + \beta_5 X_{r\&d} + \beta_6 X_{sunk} + \beta_7 X_{integ} + \beta_8 X_{harga} + \beta_9 X_{kel} + \beta_{10} X_{baku} + \beta_{11} X_{image} + \beta_{12} X_{produk}$$

dimana :

Z_i	= Hambatan masuk pasar
X_{mod}	= Modal perusahaan
X_{ska}	= Skala Ekonomi
X_{difer}	= Diferensiasi
X_{diver}	= Diversifikasi
$X_{r\&d}$	= Intensitas Penelitian dan Pengembangan
X_{sunk}	= Sunk cost
X_{integ}	= Integrasi vertikal
X_{harga}	= Kebijakan harga

Xkel	=	Penciptaan kelebihan kapasitas
Xbaku	=	Strategi bahan baku.
Ximage	=	<i>Image</i> dari loyalitas merk
Xproduk	=	Strategi penguasaan produk

Model di atas akan mengestimasi tentang nilai statistik Z untuk mengevaluasi signifikan variabel terikat terhadap variabel dependen. Uji pengaruh semua variabel terikat secara serentak mengikuti distribusi Chi Square (χ^2). Untuk menjelaskan seberapa besar proporsi variasi variabel dependen dijelaskan oleh variabel terikat ditentukan oleh nisbah koefisien determinasi McFadden.

3.4.2. Perilaku Pasar (*Market Conduct*)

Analisis perilaku pasar dilakukan terhadap elemen-elemen berikut yaitu strategi harga, strategi produk, strategi promosi dan strategi integrasi vertikal. Analisis dilakukan dalam dua kelompok yaitu analisis kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Adapun analisis perilaku pasar secara kuantitatif diproksi dari iklan dari rasio penjualan (ADV), intensitas modal (CAP) dan pertumbuhan penjualan (GRW). Oligopoli memiliki ADV besar dibandingkan struktur pasar lainnya.

a. Rasio iklan terhadap penjualan (*Advertising Intensity/ADV*)

$$ADV_t = \frac{A}{S}$$

ADV = Rasio iklan terhadap penjualan pada periode tertentu

A = Pengeluaran iklan perusahaan

S = Total Penjualan

b. Intensitas Modal (*Capital Intensity /CAP*)

$$CAP = \frac{TA}{TS}$$

CAP = Intensitas Modal

TA = Total aset di periode tersebut

TS = Penjualan total perusahaan diperiode tersebut

c. Pertumbuhan Penjualan (*Sales Grow/GRW*)

$$GRW = \frac{TR_{yt} - TR_{yt-1}}{TR_{yt-1}} \times 100$$

GRW = Pertumbuhan penjualan

TR_{yt} = Total penerimaan di tahun berjalan

TR_{yt-1} = Total penerimaan sebelum tahun berjalan

Analisis perilaku pasar dilakukan terhadap strategi harga, strategi produk, strategi promosi dan strategi integrasi vertikal. Analisis terhadap elemen ini dilakukan secara deskriptif kualitatif.

a. Strategi Harga dan Produk

Strategi penetapan harga suatu industri tergantung dari beberapa faktor produksi, terutama bahan baku. Strategi harga bagi industri dapat dilakukan dengan membuat harga yang bersaing dan terjangkau mulai dari kalangan bawah sampai atas. Sedangkan strategi produk dapat dilakukan dengan membuat produk-produk yang *High-End* artinya adanya spesifikasi produk untuk konsumen menengah ke atas dan ke bawah serta menciptakan produk yang berkaitan dengan peristiwa-peristiwa khusus dan bersifat *occasional* (temporer). Dalam hal ini yang akan dilihat apakah terdapat strategi khusus dalam menentukan produk yang akan dijual, seperti adanya diversifikasi produk ataupun kesepakatan jumlah penawaran produk.

b. Strategi promosi

Strategi promosi dilakukan melalui advertensi (periklanan). Iklan dilakukan oleh perusahaan untuk menarik konsumen memakai produknya dan untuk mendapatkan *brand image* di masyarakat. Strategi promosi dapat berupa antara lain promosi berhadiah langsung yaitu berupa pemberian diskon atau hadiah.

c. Tindakan Vertikal

Tindakan vertikal yang dimaksud adalah penguasaan serangkaian proses produksi barang tertentu mulai hulu sampai hilir (integrasi vertikal). Penguasaan bahan baku serta pangsa pasar dengan mengeluarkan berbagai jenis merek untuk menghambat pesaing lain untuk masuk pasar. Dengan demikian merek-merek yang sering dijumpai adalah hanya merek-merek yang sama.

3.4.3. Kinerja Pasar (*Market Performance*)

Analisis terhadap kinerja perusahaan dapat diproksi dari laba, efisiensi, pertumbuhan (termasuk perluasan pasar), kesempatan kerja, prestise profesional, kesejahteraan personalia, dan juga kebanggaan kelompok. Dalam penelitian ini dilakukan terhadap beberapa pengukuran kinerja perusahaan secara analisis kuantitatif yaitu:

a. *Price-Cost-Margin (PCM)*

PCM adalah salah indikator dari kemampuan perusahaan untuk meningkatkan harga di atas biaya produksi. PCM juga didefinisikan sebagai persentase keuntungan dari kelebihan penerimaan atas biaya langsung.

$$PCM = \frac{P - AVC}{P}$$

P = Nilai tambah

AVC = Upah total

P = Barang yang dihasil

b. Efisiensi-X

Pengukuran efisiensi dapat dilakukan dengan menghitung rasio nilai tambah dengan nilai input ataupun dengan cara mengukur atau melihat tingkat utilisasi kapasitas produksi perusahaan-perusahaan di industri tersebut.

$$X_{eff} = \frac{N_t}{N_i}$$

X_{eff} = Efisiensi

Nt = Nilai tambah industri

Ni = Nilai input industri

c. Utilisasi kapasitas produksi.

$$Utilisasi = \frac{Utilisasi\ kapasitas\ produksi}{Kapasitas\ produksi}$$

d. Return on Assets (ROA)

$$ROA = \frac{P - T - i}{A}$$

Dimana,

A = Total asset di periode tersebut

P = Laba bersih

T = Pajak atas laba

i = Bunga kepada pemegang hutang

e. Return on Sales (ROS)

$$ROS = \frac{P - T}{S}$$

Dimana,

P = Laba bersih

T = Pajak atas laba

S = Total penjualan

f. Return on Equity

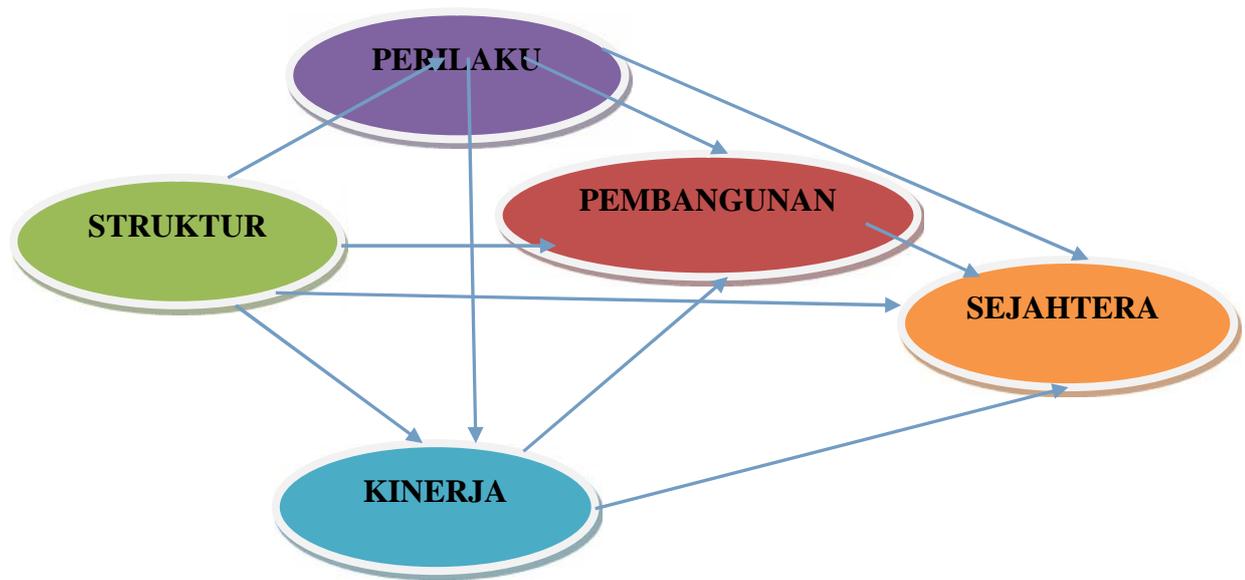
$$ROE = \frac{P - T}{E} \quad \text{Dimana,}$$

P	= Laba bersih
T	= Pajak atas laba
E	= Shareholder's equity

3.4.4. Analisis Hubungan antara Struktur-Perilaku-Kinerja Pasar dengan Pembangunan Industri Broiler dan Kesejahteraan Peternak

Metode analisis data yang akan digunakan untuk menjawab tujuan penelitian keempat adalah metode Structural Equation Modeling (SEM). Metode SEM digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis hubungan simultan antara Struktur-Perilaku-Kinerja Pasar dari industri broiler dan dampaknya terhadap pembangunan industri broiler dan kesejahteraan peternak di Sumatera Barat. SEM merupakan gabungan dari dua metode statistik yang terpisah yaitu analisis faktor (*factor analysis*) dan model persamaan simultan (*simultaneous equation modeling*) yang dikembangkan dalam ekonometrika. SEM dapat menganalisis variabel laten (konstruk) yang tidak dapat diperhatikan langsung (*unobservable*) tetapi dapat diukur melalui indikator-indikator terukur (variabel manifes). Dalam SEM terdapat dua model sampel yaitu Model Satu group Sampel dan Model Multi group Sampel. Penelitian ini akan menggunakan SEM dengan Model Satu Group Sampel. Model satu group menunjukkan dalam model tidak melibatkan variabel moderator dan variabel kontrol (Kusnendi, 2008 dan Hair *et al*, 2006 dalam Kusnendi, 2008)

Terdapat dua model yang perlu dirumuskan dalam penggunaan aplikasi SEM yaitu model struktur (*structural model*) dan model pengukuran (*measurement model*). Pada penelitian ini, untuk mengetahui tahap pengaruh Struktur-Perilaku-Kinerja Pasar dari industri broiler dan dampaknya terhadap pembangunan industri broiler dan kesejahteraan peternak di Sumatera Barat dirumuskan model struktural. Jenis model SEM untuk persamaan struktural pada penelitian ini adalah jenis *Mediated Multivariate Model*. Model ini dicirikan memiliki satu variabel laten eksogen dan paling tidak terdapat satu variabel laten endogen yang diberlakukan sebagai variabel antara (*mediation*) serta satu variabel laten endogen yang diberlakukan sebagai variabel dependen (Kunendi, 2008). Model struktural pada penelitian ini sebagai berikut:



Gambar: Model Struktur (*Structural Model*)

Keterangan gambar :

Bulatan elips = variabel laten

→ = koefisien jalur variabel laten eksogen

← = koefisien jalur variabel laten endogen

STRUKTUR = Struktur pasar

PERILAKU = Prilaku pasar

KINERJA = Kinerja Pasar

PEMBANGUNAN = Pembangunan industri broiler

SEJAHTERA = Kesejahteraan Ekonomi Peternak

. Berikutnya, model struktur dirumuskan dalam bentuk persamaan struktur seperti pada persamaan (1) sebagai berikut :

$$\text{Sejahtera} = \beta_1 \text{struktur} + \beta_2 \text{perilaku} + \beta_3 \text{kinerja} + \beta_4 \text{bangun} + \epsilon_4$$

$$\text{Bangun} = \beta_1 \text{struktur} + \beta_2 \text{perilaku} + \beta_3 \text{kinerja} + \epsilon_3$$

$$\text{Kinerja} = \beta_1 \text{struktur} + \beta_2 \text{perilaku} + \epsilon_2$$

$$\text{Perilaku} = \beta_1 \text{struktur} + \epsilon_1$$

Setelah model struktur berhasil di rumuskan, langkah selanjutnya adalah merumuskan model pengukuran. Dalam model pengukuran terdapat indikator-indikator terukur yang dapat diobservasi langsung. Indikator tersebut dapat dirumuskan berdasarkan operasionalisasi variabel.

Validiti dan Reabiliti Indikator

Setelah model pengukuran dirumuskan maka langkah seterusnya adalah menguji validiti dan realibiliti dari instrumen pengukuran. Metode statistik lain yang dianggap lebih tepat dalam menguji model pengukuran (menguji validiti dan reabiliti) adalah analisis faktor konfirmatori (*confirmatory factor analysis*, CFA). Dalam CFA dapat dilakukan pengujian model pengukuran merangkumi dua hal iaitu uji kebermaknaan (*test of significance*)/ uji validiti dan rebiliti indikator dan uji kesesuaian model (*overall model fit test*)/ uji unidimensionalitas.

Uji Kesesuaian Model (Uji Unidimensionaliti)

Setelah model pengukuran berjaya dirumuskan maka berdasarkan data set sampel, parameter model diestimasi dan diuji kesesuaiannya dengan data. Ada dua tujuan yang ingin dicapai melalui pengujian kesesuaian model pengukuran iaitu mengevaluasi apakah model pengukuran yang diusulkan *fit* atau tidak dengan data. Ini dapat dilakukan dengan pengujian *goodness-of-fit-test* (GFT). Uji GFT yang pertama dilakukan adalah dengan uji *chi-square*. Uji goodness of fit berikutnya adalah rasio perbandingan antara nilai chi- square dengan degree of freedom (CMIN/df), *Goodness of Fit Indices* (GFI), pengujian *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI), Normed Fit index (NFI), CFI, Incremental Fit Index (IFI), Relatife Fit index (RFI), Parsimony Fit indices (PRATIO, PNFI dan PCFI), *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) uji AIC dan xpected Cross Validition Index (ECVI).

Metode Perbaikan Model

Apabila model tidak fit dengan data dan model tidak berkesan dalam menjelaskan fenomena yang dikaji yang ditunjukkan oleh estimasi koefisien determinasi R^2 dari model struktur didapatkan jauh lebih kecil dan model tidak sederhana (jumlah jalur yang diestimasi lebih banyak yang ditandakan dengan nilai

parsimoni (PGFI) yang semakin kecil atau nilai CAIC yang semakin besar maka perlu dilakukan *trimming*. Metode perbaikan model yang kedua melalui *modification indices*. *Modification indices* dilakukan jika dari hasil uji kesesuaian model ternyata model tidak fit dengan data (P -hitung > 0.05 ; RMSEA > 0.08 dan CFI < 0.90 dan matriks standardized residual covariances ditemukan nilai lebih besar dari 2.5 maka model diperbaiki.

3.5. Bagan Alir Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahapan penting, meliputi: mengumpulkan landasan teori untuk penelitian, menentukan permasalahan penelitian, menentukan tujuan penelitian, menentukan metode penelitian. Tahap-tahap penelitian tersebut disusun agar penelitian dapat berjalan secara sistematis. Dari tahapan-tahapan penelitian diatas kemudian disusun diagram alir penelitian seperti bagan di bawah ini. Diawali dengan temuan fenomena dan permasalahan penelitian sehingga dapat dirumuskan tujuan penelitian. Berdasarkan tujuan penelitian maka dapat dirancang metode penelitian. Rancangan metode penelitian terdiri dari jenis dan sumber data, lokasi peneliti, teknik sampling untuk menentukan jumlah responden penelitian, dan teknik analisis data. Selanjutnya dilakukan penelitian lapangan untuk memperoleh data. Data diolah dengan melakukan editing, kode data, membuat tabulasi data kemudian data di analisis dan dibahas. Hasil penelitian dipublikasi dan diterapkan dalam kelompok masyarakat.

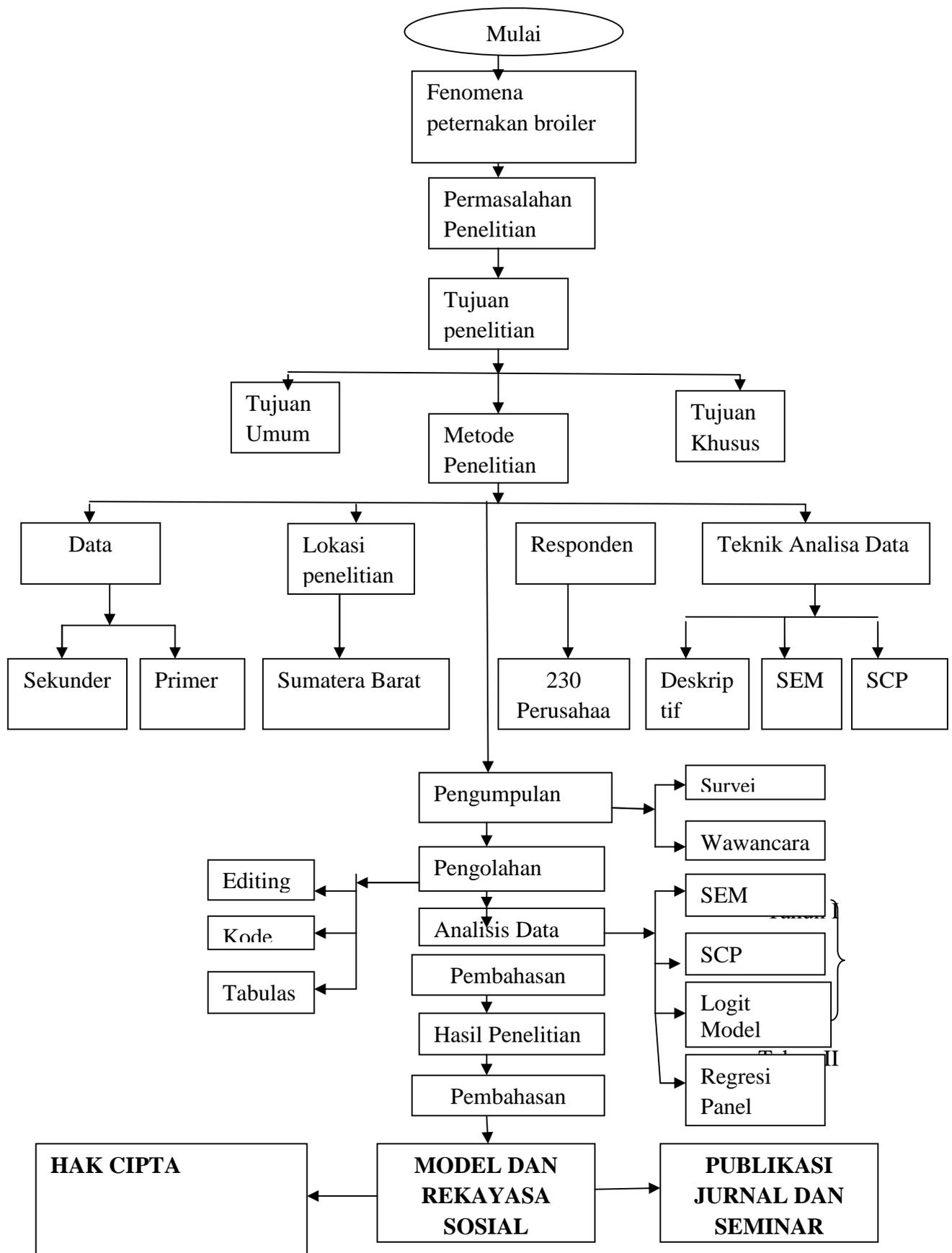
3.6. Luaran Penelitian

Tahun Pertama:

Penelitian tahun pertama akan menghasilkan luaran:

- a. Artikel pada jurnal internasional bereputasi.
- b. Pemakalah dalam pertemuan ilmiah internasional
- c. *Keynote speaker* dalam pertemuan ilmiah nasional
- d. Model dan Rekayasa Sosial

Hak cipta dicatatkan



BAGAN ALIR PENELITIAN

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Secara garis besarnya terdapat dua hasil penelitian yaitu tentang struktur pasar dari industri broiler di Sumatera Barat dan dampak struktur, perilaku dan kinerja (Structure Conduct Performan/SCP) perusahaan ayam broiler terhadap pembangunan peternakan broiler dan kesejahteraan peternak broiler di Sumatera Barat.

4.1. Industri Broiler di Sumatera Barat

Terdapat dua kelompok usaha peternakan broiler yang ada di Sumatera Barat yaitu usaha kemitraan dan usaha mandiri. Usaha kemitraan (*Contract farming*) sebagai sistem produksi dan pemasaran berskala menengah, dilakukan dengan tujuan mengurangi biaya transaksi. Di Sumatera Barat secara umum terdapat tipe kontrak/kemitraan inti plasma yaitu hubungan kemitraan antara kelompok mitra dengan perusahaan mitra dimana kelompok mitra bertindak sebagai plasma inti dimana kelompok mitra memasok kebutuhan perusahaan mitra sesuai dengan persyaratan yang ditentukan. Tipe kemitraan ini disebut dengan kemitraan inti plasma (Pola Inti Plasma).

Berdasarkan hasil penelitian lapangan menggunakan sampel yang dilakukan terhadap usaha broiler di beberapa daerah yang produksi broiler terbanyak di Sumatera Barat didapatkan jumlah usaha kemitraan 93,4 persen dan usaha mandiri hanya 6,6 persen saja. Besarnya jumlah usaha berbentuk kemitraan di Sumatera Barat disamping disebabkan ketidakmampuan usaha mandiri bersaing dipasaran namun sekarang ini terdapat fenomena baru dimana perusahaan inti mempunyai program memitirakan peternak mandiri. Peternak mandiri yang masih bertahan diupayakan oleh perusahaan inti untuk bergabung dengan sistem kemitraan. Di prediksi ke depan usaha peternakan ayam broiler mandiri di Sumatera Barat semakin tidak ditemukan.

Terdapat tujuh perusahaan inti yang bermitra dengan peternak rakyat yaitu Ciomas Adi Satwa, PT. Karya Semangat Mandiri, PT. Primatama KaryaPersada, PT. Pokphan, PT. Minang Ternak Sejahtera, PT. Japfa, Masrul Poultry shop dan PT. Nusantara Unggas Jaya.

Perusahaan inti yang banyak bekerjasama dengan peternak rakyat adalah PT. Ciomas Adi Satwa. Perusahaan ini termasuk kepada Japfa Group. Perusahaan inti tidak saja berasal dari perusahaan besar yang terintegrasi tetapi juga ada perusahaan yang mempunyai poultry shop dan meluaskan bisnis di pemeliharaan ayam broiler dengan sistem kemitraan seperti usaha Pak Masrul.

Di Sumatera Barat, peternak mandiri waktu demi waktu semakin berkurang. Jumlah peternak mandiri dari hasil penelitian ini berjumlah 6.5 persen dengan rata-rata populasinya 2500-3000. Rendahnya populasi peternak mandiri disebabkan rendahnya kepemilikan modal, peralatan yang masih sederhana dan terbatas, kurangnya industri pengolahan pakan dan sulitnya aspek pemasaran.

Besarnya kontribusi usaha kemitraan dengan Pola Inti Plasma (PIP) sepiantas menimbulkan kesan bahwa pola ini telah menjadi dewa penolong dalam keberlanjutan industri broiler di Sumatera Barat. Secara empirikal apakah demikian? Apakah perusahaan inti telah merespon kekuatan ekonomi disisi produksi dan konsumsi lokal di Sumatera Barat. Jawaban dari pertanyaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

4.2. Struktur Pasar Industri Broiler Di Sumatera Barat

Konsumsi daging ayam broiler menduduki peringkat ke dua dari konsumsi daging di Sumatera Barat. Konsumsi tertinggi berasal dari daging sapi sebesar 73,96 persen sedang konsumsi daging broiler 15,43 persen. Konsumsi daging broiler ini telah dipenuhi oleh pasar lokal. Dimana populasi broiler cukup besar di Sumatera Barat yaitu 18.445.762 ekor tahun 2015 (Sumatera Barat dalam Angka, 2016). Populasi terbesar secara berturut turut adalah kabupaten Lima Puluh Kota, kabupaten Padang Pariaman, Kota Padang, kota Pariaman dan kota Payakumbuh dan kabupaten Pasaman.

Mencermati perkembangan industri broiler di Sumatera Barat, kegiatan ekonomi dalam bisnis ini diselenggarakan oleh dua golongan penguasaan yaitu peternakan rakyat dan perusahaan peternakan. Peternak rakyat dibagi dua kelompok pula yaitu peternak rakyat yang bekerja sama dengan perusahaan peternakan dan peternak mandiri tanpa kerjasama. Berkembangnya *contract farming* pada industri broiler di Sumatera Barat dipicu oleh kebutuhan akan lahan dan kandang sebagai pra

syarat modal bagi peternak broiler disamping biaya pakan yang tinggi karena pakan merupakan biaya terbesar dalam usaha broiler. Sejumlah produsen besar yang memiliki pabrik pakan telah mengembangkan pola kemitraan dengan peternak rakyat untuk mengatasi biaya lahan dan bangunan kandang sedangkan peternak rakyat mempunyai keterbatasan modal dalam penyediaan pakan broiler. Konsep kemitraan secara umum yaitu dimana seorang peternak memelihara ayam untuk sebuah perusahaan yang terintegrasi secara vertikal. Ada dua pihak yang terlibat dalam kemitraan, yakni peternak dan perusahaan.

Kontrak produksi ini mendorong ekspansi di industri broiler. Sebagian perusahaan besar menanggapi permintaan konsumen membangun bisnis integrasi. Perusahaan besar tersebut melakukan kegiatan pengolah pakan, penetasan, dan pemeliharaan broiler. Perusahaan besar yang terintegrasi tersebut menyiapkan dana awal untuk membuka usaha peternakan rakyat, memberi fasilitas pemeliharaan dan sapronak (sarana produksi peternakan) seperti bibit DOC, pakan, obatan-obatan, vitamin. Sedangkan tugas sebagai peternak adalah mengusahakan agar anak ayam (DOC) tetap sehat dan panen tepat waktu. Harga panen telah ditetapkan oleh perusahaan inti dimana harga broiler berat < 1,00-1,09 kg adalah Rp17.950. Semakin besar berat ayam, harga perkilo semakin menurun. Kesepakatan harga yang telah ditetapkan perusahaan inti dapat berubah sewaktu-waktu sesuai kondisi. Bila mana hasil pemeliharaan ayam lebih baik dari standard maka perusahaan wajib membeli dengan harga lebih tinggi dari standard yaitu berdasarkan perbandingan standard dan Actual FCR. Harga beli juga berdasarkan perbandingan mortalitas. Apabila hasil pemeliharaan tidak bagus/ kualitasnya buruk yang bukan disebabkan oleh kesalahan plasma maka perusahaan akan memberikan tambahan diskon yang mana besarnya tambahan diskon tersebut akan di tentukan oleh perusahaan berdasarkan pertimbangan tersendiri (per kasus sesuai kondisi ayam). Ketentuan ini berlaku mulai DOC masuk sampai ada perubahan kesepakatan harga baru.

Pola kemitraan ini telah memberikan pertumbuhan yang cepat dalam industri broiler, namun jauh lebih dinikmati oleh perusahaan- perusahaan multinasional berskala besar. Didorong oleh keuntungan yang besar, perusahaan semakin mendominasi sektor agribisnis diseluruh rantai produksi dan pemasaran mulai dari hulu sampai hilir. Ini dibuktikan dari hasil penelitian tentang pangsa pasar.

4.3. Pangsa Pasar (*Market Share*) Perusahaan di Industri Broiler di Sumatera Barat

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh pangsa pasar (*market share*) usaha broiler baik kemitraan maupun usaha mandiri. Pangsa pasar dari masing-masing usaha yang berjumlah 168 usaha yang diteliti diperoleh dari rasio jumlah produksi dengan total produksi semua usaha broiler. Pangsa pasar dapat dihitung dengan beberapa cara yaitu berdasarkan nilai penjualan, unit penjualan, unit produksi dan kapasitas produksi. Pada produk yang bersifat homogen biasanya pangsa pasar diukur dengan menggunakan unit atau volume penjualan sedangkan pada pasar yang produknya heterogen pangsa pasar dihitung terhadap total penjualan.

Bila dilihat dari pangsa pasar usaha broiler baik kemitraan maupun mandiri maka struktur pasarnya adalah persaingan sempurna dimana banyak penjual dan pembeli serta tidak ada halangan untuk masuk kepasar. Namun, sebenarnya usaha kemitraan itu dimiliki oleh perusahaan besar. Hal ini dibuktikan bahwa harga pakan dan DOC sebagai bahan baku dan harga jual ditentukan oleh perusahaan inti. Perusahaan inti juga memberikan bonus jika kinerja di atas standart. Ini bermakna *Bargaining position* perusahaan inti lebih kuat dari peternak. Peternak plasma mempunyai kekuatan tawar menawar yang sangat lemah. Disimpulkan, dibalik usaha kemitraan itu ada perusahaan besar dibelakangnya. Untuk menentukan struktur pasar yang sebenarnya darinya dari industri broiler ini maka dihitung pangsa pasar dari perusahaan inti. Berdasarkan tabel 4. pangsa pasar perusahaan yang berada di industri ini cukuplah besar. Terdapat satu perusahaan yang mencapai pangsa pasar sebesar 60 persen. Jika terdapat satu perusahaan mencapai pangsa pasar 15 persen berarti perusahaan itu dapat dikatakan mempunyai kekuatan pasar (*market power*) dan dapat dikatakan monopoli jika mencapai 25 sampai 30 persen (Sheperd, 1997).

4.4. Konsentrasi Pasar dari Perusahaan di Industri Broiler di Sumatera Barat

Konsentrasi merupakan kombinasi pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan di mana mereka menyadari adanya saling ketergantungan. Tingkat konsentrasi dipandang sebagai indikator untuk menilai sehatnya satu industri. Penelitian ini menggunakan perhitungan konsentrasi rasio (CR). CR_4 adalah konsentrasi rasio yang

didapat dengan menjumlahkan pangsa pasar dari empat perusahaan terbesar dan CR_1 adalah konsentrasi rasio dari pangsa pasar satu perusahaan terbesar. Data mengenai CR_4 dan CR_1 industri dapat dilihat dari tabel 4.

Tabel 3. Pangsa Pasar, dan Kosentrasi Perusahaan di Industri Broiler di Sumatera Barat

Perusahaan Inti	Output (Tahun)	Pangsa Pasar (MSi)	MSi²
PT. Ciomas Adi Satwa	4.224.555	60.00	3 600
PT. Karya Semangat Mandiri	1.477.000	20.98	440.16
PT. Primatama Karya Persada	447.000	6.35	40.32
PT. Pokphan	237.000	3.36	11.28
PT. Minang Ternak Sejahtera	186.000	2.64	6.96
PT. Japfa	162.000	2.30	5.29
Masrul Poultry shop	48.000	0.68	0.46
PT. Nusantara Unggas Jaya	21.000	0.29	0.08
Perusahaan mandiri	198.400	3.26	10.63
Konsentrasi (CR_1)	60.00		
Konsentrasi (CR_4)	90.69		
Indeks HHI (MSi^2)	4040.16		

Berdasarkan data Tabel 3. terlihat bahwa perusahaan dalam industri broiler terkonsentrasi. Pasar industri broiler didominasi oleh perusahaan Ciomas Adi Satwa dengan total pangsa pasarnya (CR_1) 60,00 persen. Perusahaan yang berada pada posisi kedua menguasai pangsa pasar broiler di Sumatera Barat adalah PT. Karya Semangat Mandiri adalah 20,98. Posisi ketiga dan seterusnya diduduki oleh PKP dengan penguasaan pangsa pasar sebesar 6,35 persen, PT. Pokphan menguasai pasar 3,36 persen, PT. Japfa menguasai pasar 2,30 persen dan Masrul Poultry shop menguasai pasar 0,68 persen. Sedangkan usaha peternak mandiri hanya 3,26 persen. Nilai dari CR_4 diperoleh sebesar 90.69 persen. Nilai ini termasuk katogori tinggi – (75-100) sehingga dapat dikatakan pasar terkonsentrasi tinggi pada perusahaan tertentu.

Hasil perhitungan terhadap indeks HHI juga tidak jauh berbeda. Dimana indeks HHI yang diperoleh dari total pangsa pasar dikuadratkan terhadap perusahaan terbesar. Indeks HHI diperoleh sebesar 4040.16. Angka ini lebih besar dari 1800 dan bermakna bahwa pangsa pasar dalam industri broiler terkonsentrasi tinggi di Sumatera Barat.

Fakta ini didukung oleh Fitriani (2014) berdasarkan data yang ia peroleh dari Survei Tahunan Industri Perunggasan yang dikumpulkan oleh Badan Pusat Statistik. Dari data olahan ia memperoleh bahwa delapan propinsi yang di survei, Sumatera Barat memiliki tingkat kosentrasi (75,75 persen). Kosentrasi pasar broiler tertinggi di Indonesia adalah Kalimantan Timur (79.60) dan Sulawesi Selatan (83.76). Berdasarkan teori, apabila kosentrasi industri mencapai 40 persen yang dikuasai oleh empat perusahaan maka dikategorikan oligopoli. dan dikategorikan monopoli apabila kosentrasi industri diatas 80 persen.

Semakin tinggi tingkat kosentrasi pasar mengakibatkan semakin tinggi hambatan masuk pasar pada industri tersebut. Kosentrasi industri (*Concentration Ratio- CR4*), dikatakan tinggi jika nilai kosentrasi penjualan dari empat perusahaan terbesar melebihi 70 persen dari total penjualan (Koch, 1980). Industri yang memiliki kosentrasi yang tinggi artinya struktur pasarnya mendekati struktur oligopoli dan monopoli, dimana ada beberapa perusahaan tertentu yang menguasai pasar. Sedangkan dalam industri yang terkonsentrasi rendah, peran pelaku usaha tidak ada yang dominan sehingga tingkat persaingan menjadi lebih tinggi dibandingkan industri yang terkonsentrasi tinggi

Konsentrasi mempunyai hubungan searah dengan integrasi. Hasil penelitian Fitriani (2014) didapatkan bahwa kekuatan pasar broiler tertinggi berada di propinsi Sumatera Barat yaitu sebesar 0.71, begitu juga integrasi vertikal, efisiensi biaya, produktifitas tenaga kerja, tingkat keuntungan dan kekuatan pasar serta harga broiler di Sumatera Barat yang tertinggi diantara delapan propinsi yang di survei. Tingginya tingkat kosentrasi ini didukung oleh tingginya integrasi vertikal (16,32) dalam industri broiler di Sumatera Barat. Berdasarkan dari data ini terlihat bahwa integrasi vertikal telah menyebabkan efisiensi biaya tinggi di Sumatera Barat. Hal ini menyebabkan perusahaan yang bermain di indutri ini mempunyai tingkat keuntungan yang besar.

Apalagi didukung oleh tingkat produktivitas tenaga kerja yang tinggi di Sumatera Barat. Namun faktanya, yang memperoleh keuntungan besar adalah perusahaan-perusahaan besar sedangkan peternak mandiri menghentikan usahanya. Ini adalah sebuah fakta yang mencengangkan dan sangat di sayangkan. Fenomena ini diperparah lagi dengan fakta bahwa harga daging broiler tertinggi di Sumatera Barat. Ini adalah sebuah fenomena yang kontraversi dimana efisiensi biaya dan tingkat produktivitas tenaga kerja adalah tinggi di Sumatera Barat sedangkan harga broiler tertinggi di dibandingkan dengan delapan daerah yang di survei .

4.5. Hambatan Masuk Pasar di Industri Broiler di Sumatera Barat

Pada penelitian ini dilakukan penghitungan terhadap skala ekonomi suatu perusahaan. Pengukuran skala ekonomis yang dihitung melalui output perusahaan yang menguasai pasar lebih dari 50 persen. Nilai output tersebut kemudian dibagi dengan output total industri. Data ini disebut sebagai *Minimum Efficiency Scale* (MES). Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai MES sebesar 60 persen. Menurut Comanor dan Wilson (1967) dalam Alistair (2004), MES yang lebih besar dari 10 persen menggambarkan hambatan masuk pasar yang tinggi pada suatu industri.

Nilai MES yang di dapatkan sangatlah besar. Artinya hambatan masuk kepasar dalam industri broiler di Sumatera Barat adalah sangat tinggi. Hal ini disebabkan adanya perusahaan broiler yang berperan secara dominan dan menguasai pangsa pasar sehingga peluang pasar perusahaan yang lain semakin kecil. Hambatan masuk pasar yang tinggi membuktikan adanya persaingan bisnis yang semakin ketat dan terdapatnya perang harga antara para produsen. Hal ini akan menyebabkan terjadinya persaingan yang tidak sehat. Ini menandakan bahwa struktur pasar industri broiler adalah oligopoli. Jika ada hambatan masuk pasar, pesaing potensial tidak dapat masuk ke pasar yang bersangkutan. Untuk dapat masuk ke industri ini mestilah pesaing potensial memiliki ukuran efisiensi minimum (MES) yang setara dengan yang dimiliki oleh perusahaan terbesar. Ukuran efisiensi minimum (MES) adalah ukuran paling kecil dimana biaya diminimumkan dan MES sering berfungsi untuk mendefinisikan ukuran dari perusahaan paling kecil dalam pasar. Sebuah pasar dikatakan efisien menurut alokasi jika harga yang bersedia dibayar pelanggan untuk unit terakhir yang dijual menyamai hanya untuk ekstra bagi masyarakat untuk memproduksi unit terakhir itu.

Sedangkan pasar dikatakan efisien menurut produktivitas jika biaya total diminimumkan untuk setiap tingkat output.

Kondisi ini membuktikan bahwa salah satu penyebab gulung tikar usaha peternak mandiri disebabkan hambatan masuk ke industri ini cukup tinggi. Peternak mandiri sangat kental dengan masalah rendahnya kepemilikan modal, peralatan yang masih sederhana dan terbatas serta kurangnya industri pengolahan pakan. Kemampuan peternak mandiri yang sangat kurang menyebabkan mereka tidak dapat bersaing dengan perusahaan besar yang menguasai pasar sekaligus menguasai input produksi berupa pakan dan DOC.

Salah satu jalan untuk masuk ke industri broiler ini adalah bergabung dengan perusahaan besar tersebut dengan pola kemitraan. Pertanyaannya adalah apakah pola kemitraan memberikan keuntungan yang seimbang bagi peternak plasma. Jawaban dari pertanyaan ini akan dijawab pada bagian selanjutnya. Bila dilihat dari rata-rata rasio konsentrasi, hambatan masuk dan *market power* perusahaan di Industri broiler di Sumatera Barat maka dapat disimpulkan bahwa struktur pasar broiler di Sumatera Barat cenderung mengarah ke pasar oligopoli atau monopoli.

Oleh itu perlu dicermati Undang-Undang No 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pertimbangan dikeluarkannya undang-undang ini antara lain bahwa setiap orang yang berusaha di Indonesia harus berada dalam situasi persaingan yang sehat dan wajar. Sehingga tidak menimbulkan adanya pemusatan kekuatan ekonomi pada pelaku usaha tertentu.

Tujuan pokok dari pembentukan undang-undang ini adalah:

(a) Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat; (b) Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil; (c) Mencegah praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha; dan (d) Terciptanya efektifitas dan efisiensi dalam kegiatan ekonomi. Esensi dari Undang-Undang No 5 Tahun 1999 adalah (1) Pelarangan terhadap Praktek monopoli yaitu pemusatan kekuatan ekonomipa da satu atau lebih pelaku ekonomi, dimana mereka dapat mengontrol produksi dan atau pemasaran barang dan jasa tertentu dengan cara-cara *unfairbusiness competition* dan berpotensi merugikan kepentingan publik: (2)

Pelarangan terhadap perjanjian maupun tindakan kartel horisontal diantara para pelaku usaha dalam bentuk pengaturan harga secara bersama-sama, pembagian wilayah pasar, penciptaan *barrier to entry*, *boycot* dan tindakan *unfair* yang merugikan konsumen maupun sesama pelaku bisnis yang lain: (3) Integrasi vertikal yang menimbulkan persaingan tidak sehat misalnya dengan melakukan kontrol produksi dan atau pemasaran, penciptaan *barrier to entry* perlakuan diskriminasi yang dapat merugikan baik konsumen maupun pelaku usaha lain: (4) Perjanjian tertutup antar pelaku usaha yang mengatur misalnya harga jual kembali, larangan untuk tidak menjual atau keharusan menjual kepada pengusaha tertentu, atau penentuan persyaratan penjualan kembali yang dapat menimbulkan persaingan tidak sehat; (5); Pelarangan terhadap penyalahgunaan posisi dominan; (6) Persekongkolan dan konspirasi dalam pelaksanaan tender; (7) Pelarangan terhadap tindakan-tindakan yang bersifat *predatory*, terutama *predatory pricing*; (8) Diskriminasi baik diskriminasi harga maupun diskriminasi perlakuan.

Untuk mengawasi pelaksanaan Undang-Undang ini dibentuk *Commission for the Supervision of Business Competition* (Komisi Pengawas Persaingan Usaha, KPPU) merupakan lembaga independen yang bebas dari pengaruh pemerintah maupun pihak lain.

4.6. Perilaku Pasar Perusahaan di Industri Broiler di Sumatera Barat

Selanjutnya dilakukan analisis terhadap perilaku pasar (*Market Conduct*) perusahaan-perusahaan yang masuk dalam industri broiler di Sumatera Barat. Perilaku pasar menggambarkan apa yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan untuk bersaing satu sama lain. Beberapa bentuk perilaku yang digunakan sebagai strategi untuk keberlanjutan usaha adalah strategi harga maupun strategi produk yang dilakukan oleh perusahaan, iklan, riset dan pengembangan, kerjasama antar perusahaan untuk mengeksploitasi pasar dalam bentuk kolusi atau bahkan merger. Dalam penelitian ini, analisis perilaku pasar sedikit berbeda dengan penelitian terdahulu. Pada penelitian terdahulu, analisis perilaku maupun analisis kinerja pasar di industri broiler dilakukan terhadap perusahaan berskala besar dan integrator. Pada penelitian ini, analisis perilaku dan kinerja pasar dilakukan terhadap usaha peternakan kemitraan yang bekerjasama dengan perusahaan integrator. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku dan kinerja pasar usaha kemitraan yang melakukan kolusi dan

merger dengan perusahaan integrator, dan apakah perilaku melalui kolusi dan merger usaha kemitraan ini memberikan efek yang baik terhadap keberlanjutan usaha mereka. Untuk membuktikannya dilakukan analisis kuantitatif untuk menentukan perilaku pasar usaha kemitraan broiler menggunakan penghitungan metode Rasio iklan terhadap penjualan (*Advertising Intensity/ADV*), Intensitas Modal (*Capital Intensity /CAP*) dan Pertumbuhan Penjualan (*Sales Grow/GRW*) (Mohamed et al. 2013). Hasil perhitungannya dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Nilai Indikator Perilaku Usaha Broiler Pola Kemitraan di Sumatera Barat

Indikator Perilaku	Nilai	Keterangan
Advertising Intensity	0	Tidak ada iklan
Capital Intensity	0.38	Tinggi
Sales Growth.	-0.064	Sangat rendah

Berdasarkan hasil perhitungan terhadap data yang diperoleh dari peternak usaha kemitraan didapatkan nilai *Advertising Intensity/ADV* adalah nol. *ADV* bernilai nol disebabkan usaha kemitraan tidak melakukan periklanan. Iklan digunakan sebagai salah satu cara meningkatkan penjualan. Namun usaha kemitraan tidak melakukan pengiklanan. Pada jenis usaha kemitraan yang berkolusi dengan perusahaan integrator tidak memerlukan periklanan untuk peningkatan penjualan. Perusahaan inti telah memberikan jaminan penjualan kepada perusahaan plasma. Peningkatan penjualan usaha kemitraan ditentukan oleh kapasitas produksi mereka. Perilaku merger dan kolusi perusahaan mitra dengan perusahaan inti ternyata meringankan beban perusahaan mitra dalam komponen biaya pengiklanan. Semakin rendah biaya yang ditanggung oleh sebuah bisnis maka keuntungan akan semakin besar.

Perilaku perusahaan dalam persaingan secara kuantitatif juga dapat dilihat dari Intensitas Modal (*Capital Intensity /CAP*). Intensitas modal merupakan rasio antara penjualan dengan total aset. Intensitas modal didefinisikan sebagai rasio total aset rata-rata seperti peralatan, mesin dan berbagai properti terhadap penjualan. Total aset dari usaha kemitraan yang diteliti berkisar dari RP 175.000.000 sampai Rp 925.000.000 dengan rata-rata sebesar RP 375.282.758. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan intensitas modal (*CAP*) rata-rata dalam satu tahun pada usaha kemitraan

adalah sebesar 0.38. Nilai ini memberikan makna bahwa sebesar 0.38 modal untuk menghasilkan penjualan. Rasio ini mencerminkan kemampuan perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan penjualan dan rasio ini digolongkan tinggi. Semakin tinggi rasio intensitas modal berarti semakin efisien penggunaan aktiva tersebut. Rasio intensitas modal yang diperoleh pada usaha kemitraan di Sumatera Barat menandakan terdapatnya hambatan masuk pasar ke industri ini bagi perusahaan baru. Semakin tinggi rasio ini menjadi semakin tidak menarik bagi pendatang baru untuk masuk ke industri broiler dengan pola kemitraan karena dibutuhkan lebih banyak asset untuk menghasilkan setiap unit penjualan. Perusahaan baru yang akan memasuki pasar oligopoli harus memiliki tingkat efisiensi penggunaan aktiva yang tinggi, kalau tidak perusahaan tersebut tidak akan mampu memasuki pasar yang baru. Perusahaan yang memiliki tingkat efisiensi yang tinggi tentunya akan lebih mudah memperoleh laba. Intensitas modal perusahaan dapat dijadikan sebagai indikator prospek perusahaan dalam memperebutkan pasar.

Selanjutnya dilakukan analisis perilaku pasar secara kuantitatif terhadap Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth/GRW*). Berdasarkan hasil penelitian didapatkan pertumbuhan penjualan per periode seperti pada Tabel 5.

Tabel 5. Pertumbuhan Penjualan Usaha Broiler Pola Kemitraan di Sumatera Barat

Periode dalam 1 Tahun	Rata-Rata Penjualan	Pertumbuhan Penjualan
Periode 1	108.504.224	
Periode 2	103.174.755	-0.049
Periode 3	104.175.699	0.01
Periode 4	102.340.801	-0.017
Periode 5	99.797.555	-0.025
Periode 6	75.842.075	-0.24

Pertumbuhan penjualan per periode dalam satu tahun menunjukkan pertumbuhan yang negatif dan trend menurun setiap dalam satu tahun. Ini bermakna bahwa terjadi penurunan penjualan setiap periode. Hal ini disebabkan karena efek dari merger dan kolusi harga dari usaha kemitraan dengan perusahaan inti. Dimana dalam kolusi itu, penetapan harga input dan output adalah tetap sepanjang tidak ada

perubahan. Namun harga jual ayam panen setiap periode bervariasi dan jumlah ayam panen setiap periode juga bervariasi dimana tergantung kepada tingkat mortalitas ayam. Pertumbuhan yang tidak meningkat ini disebabkan jumlah produksi adalah tetap dan disesuaikan kapasitas kandang. Jumlah produksi akan meningkat jika terjadi peningkatan pada jumlah kandang. Jadi perilaku dalam peningkatan penjualan dapat dilakukan dengan peningkatan modal investasi.

4.7. Kinerja Pasar (*Market Performance*)

Analisis terhadap kinerja perusahaan dapat diproksi dari laba, efisiensi, pertumbuhan (termasuk perluasan pasar), kesempatan kerja, prestise profesional, kesejahteraan personalia, dan juga kebanggaan kelompok. Dalam penelitian ini dilakukan terhadap beberapa pengukuran kinerja perusahaan secara analisis kuantitatif yaitu *Price-Cost-Margin (PCM)*, Efisiensi-X, Return on Assets (ROA) dan Return on Sales (ROS) serta Hasil penelitian dari keempat ukuran kinerja pasar usaha broiler dengan pola kemitraan di Sumatera Barat dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Indikator Kinerja Usaha Broiler dengan Pola Inti Plasma

Indikator Kinerja	Nilai	Keterangan
Price CostMargin (PCM)	11.67	Positif dan Rendah
Efisiensi-X	0.13	Positif dan Rendah
Return on Assets (ROA)	0.31	Positif dan Cukup
Return on Sales (ROS)	0.12	Positif dan Rendah
Return on Equity (ROE)	0.14	Positif dan Rendah

PCM adalah salah indikator dari kemampuan perusahaan untuk meningkatkan harga di atas biaya produksi. PCM juga didefinisikan sebagai persentase keuntungan dari kelebihan penerimaan atas biaya langsung. PCM merupakan nilai tambah yang diperoleh dari rasio selisih barang yang dihasilkan dikurangi upah total. Pada Tabel 6 terlihat nilai PCM adalah sebesar 11.67 persen. Nilai PCM yang dihasilkan tersebut adalah tergolong rendah. Semakin tinggi nilai *Price Cost Margin* maka dapat dikatakan bahwa kinerja dari suatu industri itu adalah semakin baik dan sebaliknya. Oleh itu dalam penelitian ini ditemukan bahwa usaha

broiler dengan pola kemitraan ataupun pola inti plasma memberikan kinerja yang masih rendah.

Pada Tabel 6 dapat dilihat hasil dari Efisien-X dari usaha broiler dengan pola kemitraan. Nilai ini diperoleh dari menghitung rasio nilai tambah dengan nilai input usaha broiler. Nilai tambah merupakan nilai produksi yang dihasilkan oleh industri setelah dikurangi dengan biaya input dan pajak tak langsung. Nilai Efisien-X yang dihasilkan adalah sebesar 0.13. Nilai ini menunjukkan bahwa usaha broiler dengan pola kemitraan di Sumatera Barat telah mencapai tingkat efisiensi dalam meminimalkan biaya produksinya. Adanya efisiensi maka tingkat keuntungan perusahaan akan meningkat. Hal ini membuktikan bahwa usaha broiler dengan pola kemitraan telah dapat mencapai kinerja yang baik.

Selanjutnya dilakukan analisis Return on Assets (ROA) yang dihasilkan oleh usaha broiler dengan pola kemitraan di Sumatera Barat. Nilai ROA diperoleh dari rasio selisih laba bersih, pajak dan bunga kepada pemegang hutang dengan total aset. Nilai ROA diperoleh adalah sebesar 0.31. Nilai ini mencerminkan tingkat pengembalian dari seluruh aset yang dimiliki usaha broiler dengan pola kemitraan di Sumatera Barat. Ini bermakna bahwa sebesar 0.31 laba per tahun telah diperoleh atas sumber daya keuangan yang ditanamkan pada usahanya. Setiap satu modal yang ditanamkan dalam bentuk aset dapat memberikan keuntungan sebesar 0.31. Nilai ini adalah cukup tinggi. Semakin tinggi nilai ROA maka kinerja usaha semakin baik. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja dari usaha broiler dengan pola kemitraan tergolong cukup baik.

Hal yang sama juga didapatkan terhadap nilai Return on Sales (ROS). Nilai ROS diperoleh dari rasio selisih laba bersih dan pajak atas laba dengan total penjualan. Nilai ROS yang diperoleh adalah sebesar 0.12. Angka ini tergolong rendah. Semakin tinggi nilai ROS maka kinerja usaha semakin baik dan sebaliknya. Angka ROS pada usaha kemitraan ini tergolong rendah disebabkan biaya yang dikeluarkan cukup tinggi yaitu biaya pakan dan DOC serta obat-obatan.

Perhitungan juga dilakukan terhadap Return on Equity (ROE). Nilai ROE didapatkan dari hasil perhitung rasio selisih laba bersih dan pajak atas laba dengan *shareholder's equity*. Nilai *shareholder's equity* adalah modal dan laba ditahan

dalam suatu entitas oleh perusahaan inti. Nilai ROE ini adalah sebagai gambaran bagi perusahaan inti dalam perolehan laba. Hasil ROE yang didapatkan adalah sebesar 0.14. Artinya dari satu modal operasional yang diinvestasikan perusahaan inti berbentuk biaya pakan, DOC dan obat-obatan memberikan keuntungan sebesar 0.14. Nilai ROE yang efektif dan efisien adalah mendekati 1. Jika nilai ROE mendekati nol berarti perusahaan tidak mampu mengelola modal secara efisien untuk menghasilkan pendapatan. Nilai ini adalah tergolong rendah dan menunjukkan kinerja peternak dalam menciptakan efisiensi biaya pakan adalah kurang baik. Hal ini dapat diperkirakan disebabkan biaya pakan dan DOC cukup tinggi. Oleh itu, diharapkan peternak mendapatkan biaya pakan dan DOC yang lebih murah lagi dari yang berlaku sekarang. Hal kedua yang menyebabkan rendahnya nilai ini adalah diduga dari efisiensi pemberian pakan yang kurang baik. Jika kedua hal itu diatasi maka keuntungan usaha kemitraan dapat ditingkatkan.

Dapat disimpulkan bahwa usaha broiler dengan pola kemitraan/pola inti plasma di Sumatera barat mempunyai kinerja yang cukup baik namun masih kurang efektif dan efisien. Hal ini ditunjukkan dari hasil semua indikator kinerja menunjukkan angka positif dan tidak negatif namun nilai itu masih rendah.

4.8. Analisis Hubungan antara Struktur-Perilaku-Kinerja Pasar dengan Pembangunan Industri Broiler dan Kesejahteraan Peternak

Pada bagian ini dilakukan analisis hubungan Struktur-Perilaku-Kinerja berdasarkan perspektif *New- Harvard Tradition*. Pendekatan model *SCP dengan New-Harvard Tradition* terdapatnya interaksi dari masing-masing komponen SCP. Kinerja pasar tergantung pada perilaku pasar, perilaku tergantung pada struktur pasar yaitu faktor yang menentukan persaingan, selanjutnya struktur pasar tergantung pada kondisi dasar yaitu permintaan dan produksi. Struktur tersebut kemudian akan mempengaruhi perilaku yang terbentuk yang kemudian akan mempengaruhi kinerja industri tersebut. Analisis hubungan Struktur-Perilaku-Kinerja dilakukan terhadap perusahaan kemitraan di industri broiler dan dampaknya terhadap pembangunan industri broiler dan kesejahteraan peternak di Sumatera Barat. Data yang telah diperoleh dari peternak dalam bentuk jawaban pernyataan dari skala likert diolah menggunakan metode Structural Equation Modeling dengan Partial Least Square (SEM-PLS).

Analisis model SEM-PLS pada penelitian ini dilakukan dua tahap. Tahap awal dilakukan analisis outer model dan tahap berikutnya dilakukan analisis inner model. Evaluasi outer model dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas dari indikator sebagai pengukur konstruk pada model penelitian ini. Outer model dengan indikator reflektif dievaluasi melalui validitas convergent dan validitas distriminant dari indikator pembentuk konstruk laten dan composite reliability.

Berdasarkan hasil estimasi terhadap outer model diperoleh nilai outer loading untuk masing-masing indikator di atas 0.70. Dapat disimpulkan bahwa semua indikator adalah valid dan memenuhi uji convergent validity. Validitas convergent suatu model juga dapat dibuktikan dari nilai Average Variance Extrated (AVE). Pada penelitian ini nilai AVE diperoleh untuk masing-masing konstruk adalah lebih besar dari 0.5. Lebih lanjut dilakukan uji validitas disriminant dengan melihat nilai cross loading untuk setiap variabel adalah lebih besar dari 0.70. Ini bermakna bahwa manivest variabel dari konstruk tidak berkorelasi dengan tinggi.

Untuk membuktikan bahwa indikator mengukur konstruk adalah reliabel dengan memperhatikan nilai Composite Realibility yang diperoleh. Nilai Composite Realibility yang diperoleh adalah lebih besar dari Rule of Thump yaitu lebih besar dari 0.70. Ini bermakna bahwa indikator mengukur konstruk adalah reliabel, konsisten dan tepat.

Tabel 7. Hubungan Konstruk Model Structur Conduct Performance Usaha Broiler Pola Inti Plasma

Konstruk	Composite Realibility	Average Variance Extracted
Struktur	0.714	0.566
Perilaku	0.921	0.853
Kinerja	0.794	0.512
Pembangunan	0.752	0.604
Kesejahteraan	0.740	0.589

Setelah model dinyatakan valid dan reliabel maka selanjutnya dilakukan analisis terhadap model struktural yang kita kenal sebagai analisis inner model. Langkah pertama dari analisis inner model memperhatikan nilai R Square. Nilai R Square

didapatkan adalah moderate. Selanjutnya diperhatikan nilai outer loading setelah diestimasi dengan bootstrapping diperoleh hasil semua indikator konstruk adalah valid dengan nilai T statistik yang dihasilkan lebih besar dari 1.96. Artinya semua indikator menunjukkan hubungan yang signifikan ($p < 0.01$) terhadap konstruk.

Hubungan diantara konstruk laten pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel 8.

Tabel 8. Hubungan Signifikansi Struktur Perilaku dan Kinerja terhadap Pembangunan Industri Broiler dan kesejahteraan Peternak

Konstruk	Koefisien	T Statistik
Struktur ->Perilaku	0.547	4.361
Perilaku - > Kinerja	0.545	4.774
Kinerja - > Pembangunan	0.348	2.380
Pembangunan - > Kesejahteraan	0.395	4.018
Struktur - > Pembangunan	0.373	2.419

Berdasarkan Tabel 8. terlihat bahwa terdapat hubungan signifikan untuk semua variabel penelitian. Struktur Pasar dari usaha broiler dalam bentuk *contract farming* di Sumatera Barat mempunyai hubungan signifikan dan positif terhadap perilaku usaha kemitraan itu sendiri di Sumatera Barat. Bila dilihat dari indikator yang membangun konstruk Struktur Pasar maka struktur pasar usaha broiler kemitraan ini adalah pasar persaingan tidak sempurna.

Hal ini terjadi karena usaha broiler dalam bentuk kemitraan ini bekerjasama dengan perusahaan berskala besar yang menguasai pasar broiler di Sumatera Barat. Ini terbukti dari hasil estimasi SEM-PLS bahwa terdapatnya halangan masuk ke industri ini dan usaha ini tidak pernah mengalami penurunan penjualan serta tidak merasa adanya tekanan persaingan. Hal ini terjadi karena diusaha kemitraan ini, penjualan sudah dikelola oleh pihak perusahaan inti.

Struktur pasar persaingan tidak sempurna di usaha kemitraan ternyata memberikan pengaruh positif dan signifikan kepada perilaku perusahaan. Struktur pasar ini berpengaruh kepada perilaku harga dan tidak berpengaruh kepada perilaku

non harga. Maksudnya untuk meningkatkan kinerja perusahaan tidak perlu melakukan iklan, promosi, riset dan inovasi serta dan lain sebagainya. Ini disebabkan karena sebagian perilaku usaha tersebut telah dilakukan pihak induk. Pihak plasma dalam kemitraan ini hanya melakukan penetapan harga saja.

Perilaku ini ternyata berdampak positif terhadap kinerja usaha dimana usaha kemitraan mempunyai kemampuan dalam meminimalkan biaya pakan, bibit dan obat-obatan. Walaupun kemampuan ini masih rendah dan menyebabkan biaya pakan, DOC dan obat-obatan dapat meningkat, namun kinerja ini masih memberikan pengaruh positif kepada pembangunan industri broiler di Sumatera Barat dan dapat meningkatkan kesejahteraan peternak sebagai produsen. Peningkatan pembangunan industri broiler ditandai dengan terdapatnya pertumbuhan jumlah ayam broiler yang diproduksi setiap tahunnya oleh usaha kemitraan dan semakin banyak peternak yang memproduksi ayam broiler dengan sistem kemitraan. Hal ini juga dibuktikan dari lamanya mereka berbisnis broiler dengan sistem kemitraan. Dari semua responden, rata-rata mereka berbisnis broiler selama 7 tahun. Terdapat responden telah 17 tahun berbisnis broiler dan ada juga yang baru memulai usaha sebanyak satu tahun belakangan. Ini merupakan bukti bahwa peternak kemitraan merasakan peningkatan keuntungan yang diperoleh. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan juga bahwa usaha kemitraan ini telah dapat meningkatkan kesejahteraan peternak. Ini dibuktikan dari indikator yang signifikan terhadap konstruk kesejahteraan peternak adalah pendapatan rumah tangga mereka meningkat dan pendidikan anggota keluarga mereka meningkat.

Oleh itu dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang berskala besar telah menciptakan persaingan pasar yang tidak sempurna dan telah membangun struktur pasar oligopoli sehingga dapat menguasai pasar di industri broiler melalui Pola Inti Plasma (PIP). Sistem pasar yang tidak sempurna yang dibangun bersama peternak rakyat melalui PIP ternyata dari hasil penelitian ini didapati melalui pendekatan Struktur Conduct Performan dapat membuktikan bahwa pola PIP memberikan dampak positif kepada peningkatan pembangunan industri broiler di Sumatera Barat dan peningkatan kesejahteraan peternak rakyat.

Problematis yang meresahkan selama ini dikalangan peternak mandiri telah didapatkan jalan terangnya. Dimana selama ini pola PIP yang dilakukan oleh perusahaan besar yang bergerak dalam bisnis integrasi vertikal dalam usaha broiler dianggap mengancam keberlanjutan industri broiler di Sumatera Barat karena banyaknya peternak mandiri yang gulung tikar dan menurunkan kesejahteraan peternak.

Hasil penelitian ini dapat memberikan pandangan kepada para peternak khususnya peternak mandiri bahwa tidak perlu ada lagi keresahan terhadap keberadaan perusahaan besar tersebut. Semoga tidak ada lagi demo-demo yang terjadi yang berkaitan dengan masalah perunggasan di Sumatera Barat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini secara umum adalah bahwa usaha broiler dengan pola inti plasma ternyata memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan pembangunan industri broiler dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di Sumatera Barata. Kesimpulan khusus dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Usaha broiler dengan pola kemitraan adalah usaha yang melakukan merger dan kolusi dengan perusahaan integrator yang dikenal dengan perusahaan inti. Tujuan merger dan kolusi harga dari peternak dengan perusahaan inti adalah untuk mendapatkan bantuan modal operasional dan jaminan pemasaran. Pemasaran ayam broiler telah dikuasai oleh beberapa perusahaan besar dimana nilai CR_4 dan CR_1 serta indeks HHI termasuk katagori tinggi dan bermakna pasar terkonsentrasi. Oleh itu, sulitnya pendatang baru masuk ke pasar industri broiler di Sumatera Barat.
- b. Perilaku pasar (market conduct) yang dilakukan oleh usaha peternak pada kemitraan untuk meraih pasar adalah melakukan merger dan kolusi dengan perusahaan berskala besar termasuk berkolusi dalam menetapkan harga. Oleh itu

usaha kemitraan tidak perlu lagi melakukan usaha untuk memenangkan persaingan pasar seperti periklanan, riset dan pengembangan. Perkembangan usaha kemitraan dapat dilakukan dengan meningkat kapasitas produksi.

- c. Bergabungnya peternak dengan perusahaan besar dalam pola kemitraan memberikan kinerja yang cukup baik namun masih kurang efektif dan efisien.
- d. Kesimpulan ini telah dibuktikan dari hasil estimasi hubungan SCP perusahaan kemitraan dengan pembangunan industri broiler dan kesejahteraan peternak di Sumatera Barat. Ternyata pola kemitraan ataupun Pola Inti Rakyat dapat meningkatkan pembangunan industri broiler di Sumatera Barat sehingga akan terwujud pembangunan industri broiler yang berkelanjutan di Sumatera Barat melalui Pola Inti Plasma. Dan Pola Inti Plasma ternyata dapat meningkatkan kesejahteraan peternak plasma di Sumatera Barat.

5.2. Saran dan Implikasi Kebijakan

- a. Di perlukan kontrol dan pengawasan yang ketat oleh pemerintah terhadap kegiatan bisnis kemitraan agar pihak peternak mendapatkan keuntungan yang seimbang.
- b. Diperlukan sebuah kelembagaan yang bertugas mengawasi kegiatan bisnis ini agar tidak terjadi persaingan yang tidak sempurna di pasar broiler.
- c. Diharapkan perusahaan inti dapat menciptakan harga input berupa harga pakan dan DOC yang lebih rendah lagi dari yang berlaku sekarang.
- d. Program kemitraan antara perusahaan dengan peternak merupakan salah satu upaya yang harus terus dikembangkan selain mengembangkan usaha peternakan yang terintegrasi (*business integration*).
- e. Terwujudnya industri perunggasan yang berdayasaing dicirikan oleh ketidaktergantungan terhadap komponen bahan baku impor dan terjadinya transformasi dari skala usaha yang subsisten ke skala menengah maupun skala besar.
- f. Menerapkan efisiensi usaha, meningkatkan kualitas produk, menjamin kontinuitas suplai dan sesuai dengan permintaan pasar.

REFERENCE

- Al Rasyid, Harun. 1993. *Teknik Penarikan Sampel dan Pengukuran Skala*. Program Studi Ilmu Sosial. Program Pasca Sarjana Universitas Padjadjaran Bandung.
- Canan Dan Turhan. The evaluation of the Turkish broiler industry: the degree of Market power. University of Uludag, Faculty of Agriculture, Department of Agricultural Economics
- Fitriani; Daryanto; Nuralina dan Susilowati 2014. Impact on Increasing Concentration in Indonesian Broiler Industry. *International Journal of Poultry Science* 13 (4): 191-197
- Fitrimawati. 2002. Rencana Pembangunan Peternakan Broiler di Sumatera Barat. Universitas Andalas
- Hasibuan, N. 1994. *Ekonomi Industri: Persaingan, Monopoli, dan Regulasi*. LP3ES, Jakarta.
- Jaya WK. 2001. *Ekonomi Industri*. Edisi ke-2. Yogyakarta: UGM.
- Mohamed, Z; Shamsudin & Abdu Latif .2013. Measuring Competition Along The Supply Chain Of The Malaysian Poultry Industry . Proceeding of the International Conference on Social Science Research, ICSSR 2013 (e-ISBN 978-967- 11768-1-8). 4-5 June 2013, Penang, MALAYSIA.
- Resende, M. 2007. Structure, Conduct and Performance: a Simultaneous equation for Brazilian Manufacturing Industry, *Econ.* 39: 937-942
- Scherer, F.. M. and Ross, D. 1990. *Industrial Market Structure and Economic Performance* 3rd Edition: Houghton Mifflin Company.
- Sekaran, U. 2000. *Research Method for Business : A Skill Building Approach*. New York.

Shaik, S., Allen, A.J., Edwards, S. And Harris, J. 2009. Market structure conduct and Performance hypothesis revisited using stochastic frontier efficiency analysis. *Journal of Transportation Research Forum* , 48(3), 5-18

Shepherd WG. 1990. *The Economics of Industrial Organization. Third Edition*. New Jersey: PrenticeHall.

Umar Mu'azu, A.R., Mohamed, Z., Shamsudin, M.N. And Latif, I.A. 2013. Structure conduct performance of the Malaysian poultry industry. *Australian Journal of Basic and Applied Science*, 7(8), 170-177

